

## DACIA, ŠE VEDNO IN ŠE VEČ

- Novo poglavje znamke Dacia bo še naprej temeljilo na trdnem poslovnem modelu (*»business model«*), ki bo še okrepljen in posebno učinkovit.
- Ustanovitev nove poslovne skupine (*»business unit«*) Dacia-Lada bo povečala konkurenčnost Dacie zahvaljujoč izrabi sinergij z inženiringom in proizvodnjo Lade.
- Nova študija Dacia Bigster Concept je utelešenje razvoja znamke Dacia navzgor in preboj v segment C.
- Dacia ostaja Dacia, enako dosegljiva kot doslej, a s kančkom svežine.

**Boulogne-Billancourt, 14. januar 2021** – Dacia je v okviru predstavitve strateškega načrta Skupine Renault, poimenovane *Renaulution*, razkrila svoj 5-letni načrt. Dacia bo z ustanovitvijo poslovne skupine (*»business unit«*) Dacia-Lada povečala svojo učinkovitost in konkurenčnost, hkrati pa segla onstran svojega okvira kar zadeva trge in izdelke, še posebno v segmentu C. Študija Bigster Concept napoveduje razširitev ponudbe znamke Dacia na nova obzorja.

*»Dacia bo ostala Dacia in še naprej ponujala zanesljive modele, ki bodo kupcem ponujali smotrni nakup z najboljšim razmerjem med uporabno vrednostjo in ceno. Z ustanovitvijo poslovne skupine Dacia-Lada bomo v celoti izkoristili modularno konstrukcijsko osnovo CMF-B, izboljšali našo učinkovitost in še povečali konkurenčnost, kakovost in privlačnost naših modelov. Na voljo nam bo vse potrebno, da se usmerimo k še višjim vrhovom. Študija Bigster Concept kaže to pot.«* Denis Le Vot, generalni direktor znamk Dacia in Lada med razkritjem strateškega načrta *Renaulution*

### Trden poslovni model, tako edinstven kot tudi učinkovit

Minulih 15 let je Dacia ponujala sodobna, enostavna in privlačna vozila. Naslanjajoč se na strokovno znanje brez primere je Dacia izkoriščala najboljše, preverjene in že amortizirane tehnične rešitve Skupine Renault in Zveze Renault-Nissan-Mitsubishi.

Poznana po svojem enostavnem modelu distribucije je Dacia svoje ime uveljavila v 44 državah in doslej prodala več kot sedem milijonov vozil, med katerimi je bilo nekaj pravih prodajnih uspešnic. Po prodaji individualnim kupcem v Evropi sta leto za letom Sandero najboljše prodajani avtomobilski model vseh segmentov, Duster pa številka ena med športnimi terenci (SUV).

Dacia je vedno v koraku s časom in tako ponuja prave rešitve. Z namenom utrditi svoj položaj in še naprej ponujati izdelke, ki bodo prilagojeni resničnim potrebam kupcev in hkrati tudi novim izzivom avtomobilske panoge, bo imela Dacia več orodij.

- Varčen in pedanten pristop pri snovanju in razvoju izdelkov po načelu *»design to cost«* z nenehnim upoštevanjem stroškov.
- Posebno poslovno skupino Dacia-Lada, ki bo imela zaledje globalne avtomobilske skupine predvsem na ravni tehnologij, s pomočjo katerega bo povečala svoj potencial izrabe sinergij in prenosa sklopov (*»carry over«*).

- Uporabo konkurenčne in izjemno prilagodljive konstrukcijske osnove Zveze CMF-B, ki bo znamkama Dacia in Lada omogočila, da s sedanjih štirih preideta na eno samo konstrukcijsko osnovo in z 18 na 11 vrst karoserij.
- Na tej konstrukcijski osnovi izdelana vozila bodo lahko opremljena z motorji na alternativne energije ali hibridnimi pogonskimi sklopi in tako izpolnjevala razvijajoče se predpise ter izpolnjevala pričakovanja naših kupcev.
- Konkurenčna ponudba modelov, ki bo v letu 2021 razširjena in posodobljena z novima Sanderom in Loganom, a tudi povsem električno gnanim mestnim avtomobilom Spring, ki bo cenovno najbolj dosegljiv v Evropi, nato pa s še tremi novimi modeli do leta 2025.
- Enakopraven vstop v segment C, ki ga nakazuje študija Bigster Concept.

## Študija Dacia Bigster Concept: piš svežega vetra v segmentu C

Zvesta slogu znamke Dacia je študija Bigster Concept - 4,6 metra dolg, čvrst in prostoren avtomobil. Hlepi po odprtem prostoru in prašnih cestah ter ponuja – brez odvečnosti – vse, kar je bistveno za športni terenec v tem segmentu. Ta športni terenec je izdelan po receptu znamke Dacia, ki bo segment C naredila dosegljiv za ceno vozila nižjega segmenta.

*»Študija Dacia Bigster Concept uteleša razvoj znamke. Bistveno, s pridihom svežine in z duhom odprtih prostranstev. Dokazuje, da dosegljivost ni v navzkrižju s privlačnostjo. Pri znamki Dacia verjamemo v to in ta avto je naš dokaz.«* Alejandro Mesonero-Romanos, direktor oblikovanja znamke Dacia

Študija Bigster Concept ima v svoji genski zasnovi ključne vrednote znamke, ki so ji omogočili, da leto za letom utrjuje močno povezanost s skupnostjo kupcev in ljubiteljev: enostavnost, poštenost in pristnost. Oblikovna razmerja študije Dacia Bigster Concept so sodobna, a hkrati brezčasna. Na mah vzbujajo vtis čvrstosti. Poteze so enostavne in spodbudne. Ne skrivajo ničesar, ne dajejo lažnega videza, kar vidite, to dobite.

Njene velikodušne zunanje mere obetajo zelo prostorno notranjost. Svetlobni pečat v obliki črk Y je večji ter tako poudari odločen in jasen videz športnega terenca. Temno zelena barva karoserije se poda pistolovskemu značaju in svobodnjaškemu duhu avtomobila. Nobenega okrasja ali odvečnosti, kroma ali lažnega aluminija, študija Bigster Concept je bistven in pristen športni terenec s trdnimi načeli, kot je izbira izključno surove reciklirane plastike za zaščitne elemente na zunanosti karoserije.

Kot prihodnji glavni lik v paleti znamke Dacia bo lahko deležen alternativnih motorjev in hibridnega pogona zahvaljujoč konstrukcijski osnovi, ki znamki omogoča, da gre v korak s pričakovanju kupcev in razvojem predpisov.

S študijo Bigster Concept znamka Dacia postaja sopomenka za pobeg in svojim kupcem omogoča uživanje v edinstvenih, pristnih, enostavnih izkušnjah. Bolj kot kdajkoli prej Dacia uteleša svobodo do gibanja in simbolizira dejanje premišljenega nakupa, ki je osredotočen na dejanske potrebe kupcev in njihove pogloblitve težnje. Smiselni in pomenski nakup. Dacia: še vedno predvsem bistveno in bolj kot kdajkoli privlačno.

O ZNAMKI DACIA: Znamka Dacia je sestavni del Skupine Groupe Renault. Dacia je navzoča v 44 državah, predvsem v Evropi in Sredozemlju. Ustanovljena je bila leta 1968 v Romuniji, kasneje pa jo je kupila Skupina Renault in jo prenovila z uvedbo modela Dacia Logan leta 2004. Dacia ponuja vozila z najboljšim razmerjem med uporabno vrednostjo in ceno. Zahvaljujoč svojim zvezdniškim modelom – Loganu, Sanderu in Dusterju – je znamka postala pristna zgodba o uspehu. Do danes je Dacia prodala več kot 7 milijonov vozil.