

SPREMINJANJE NAVAD IN PREVOZOV: OSEM OD DESETIH EVROPEJCEV SI ŽELI ELEKTRIČNO MOBILNOST

Mnenjska raziskava o okolju in električni mobilnosti v Evropi, ki jo je minulega avgusta izvedla agencija Ipsos, je pokazala, da prebivalci Evrope podnebne spremembe smatrajo za pomemben problem. Kar 62 odstotkov jih je že spremenilo svoje navade v prid boja proti podnebnim spremembam in onesnaževanju. Takšne družbene okoliščine zavezujejo vse in vsakogar k skupnim prizadevanjem. Izoblikovana so velika pričakovanja, ki jih morajo izpolniti zelo raznovrstni akterji, od vlad do podjetij, še zlasti proizvajalcev avtomobilov.



Oblikuje se nova doba, ki jo prinaša vedno večja ozaveščenost o okoljski krizi in potrebi po razumni rabi naravnih virov. To življenjsko filozofijo je Dacia utelesila v svojem novem modelu Spring, cenovno dosegljivem povsem električno gnanem mestnem avtomobilu.

Obeti za električno mobilnost v Evropi

Razvoj načinov prevoza z manjšimi izpusti CO₂ je v boju proti podnebnim spremembam nepogrešljiv. Elektrifikacija je bistven del tega procesa. Ogljični odtis električnega avtomobila je pol manjši kot avtomobila z motorjem z notranjim zgorevanjem. Osem od desetih prebivalcev Evrope si želi, da bi v prihodnjih desetih letih prevladala vozila z električnim ali hibridnim pogonom. Združevanje okoljskih prizadevanj z željo po zmanjšanju porabe denarja za avtomobil je formula za zmago. Kljub temu je prehajanje na električno mobilnost še vedno počasno.



»Ljudje mislijo, da vsak dan prevozijo 2.000 kilometrov, in da bi morali svoje električni avtomobil nenehno polniti. Dejansko pa imajo tako dolgo pot samo enkrat letno in še takrat samo desetina med njimi. Ljudje morajo električni avto voziti in odkriti, kako priročno ga je polniti doma in kakšen užitek je, ko vsak dan začnete »s polnim rezervoarjem«. Poleg tega ljudje radi verjamejo, da električen avtomobil stane več od takega na bencin ali plinsko olje, vendar pogosto to ne drži. Pred seboj imajo le nakupno ceno, prezrejo pa celotne stroške uporabe.«

Erik Schilb, strokovnjak za električna vozila

Previsok strošek nakupa, omejen doseg ter možnosti in trajanje polnjenja so glavni zadržki, ki Evropejce danes odvračajo od koraka, s katerim bi povsem sprejeli in izkoristili električno mobilnost. Več kot polovica jih pričakuje, da bodo proizvajalci avtomobilov ponudili cenovno ugodnejše električne avtomobile.

Električni avtomobil naposled dosegljiv

Toda, kako zasnovati cenovno ugoden električen avto, ki ustreza današnjim in jutrišnjim potrebam kupcev? Dacia ima odgovor! Ta prelomna znamka, ki je na avtomobilskem trgu že povzročila prevrate s svojimi poglavitnimi modeli, kot so Logan, Sandero in Duster, se odpravlja na osvajanje segmenta električnih avtomobilov z novim mestnim avtomobilom Dacia Spring. Zvesta zavezam in poslanstvu znamke je Dacia zasnovala električen model, ki je cenovno najbolj dosegljiv v Evropi. Z dosegom, ki v normnem mestnem ciklu WLTP znaša do 305 kilometrov, v kombiniranem ciklu WLTP pa 230 kilometrov, je Dacia Spring idealna za vsakodnevno mobilnost, omogoča pa tudi daljše vožnje. Vedoč, da evropsko povprečje dolžine voženj z mestnimi avtomobili znaša približno 30 kilometrov na dan, lahko predvidimo, da bo poln akumulator zadostoval za cel teden vsakdanjih voženj. Spring je tako enostaven za uporabo in polnjenje, da je bliskovito zapeljal kupce po vsej Evropi. V osmih mesecih je po Evropi nabral že skoraj 40.000 naročil!

Kupci in Dacia Spring imajo enako življenjsko filozofijo

Čeprav je kupce znamke Dacia filozofija znamke že prepričala, z modelom Spring osvajanje kupcev seže dlje in širše. Za osem od desetih kupcev Springa je to prvi avtomobil znamke Dacia. Kupci so enoglasni v svoji hvali enostavne uporabnosti, videza in cenovne dosegljivosti Springa.



»Električni avto vozim že devet let, saj menim, da je to s stališča varovanja okolja prava rešitev. Ko sem Dacio Spring videl v prodajnem salonu, sta me zapeljala njegova cena in videz – avto je bil popoln! Preden sem oddal naročilo, sem se lahko zapeljal na preskusno vožnjo, po kateri sem vedel, da je to pravi avto zame. Bil sem eden prvih kupcev Springa in sem zelo zadovoljen z njim. Z njim grem povsod!«

Olivier, 56 let, Francija



»Novica, da bo Dacia ponudila električen avtomobil, je bila zame fantastična. Rekel sem le: »Uau!« Vsem dosegljiva cena in raven kakovosti z jamstvom znamke Dacia. Oblika avtomobila je zelo privlačna, avto je kompakten, a zelo prostoren, še zlasti presenetljivo velik prtljažnik.«

Emil, 38 let, Romunija



»Ko sem izvedela, da bo Dacia na trg uvedla svoj prvi povsem električen avtomobil, sem pomislila, kako je ravno pravi čas za prestop. Bila je najboljša priložnost, da to storim.«

Marina, 36 let, Italija



»Delam v središču Seville in se z Dacio Spring vsak dan vozim po opravkih. Springa sem izbrala, ker je bil cenovno dosegljiv in ustreza mojim vrednotam, saj v naši družini trdno verjamemo v pomembnost trajnostne električne mobilnosti.«

Ana María, 47 let, Španija



Erik Schilb je ustanovil dirkalno moštvo »In-Produkt denkt elektrisch« (In-Produkt misli električno), da bi prikazal, kako sta električna mobilnost in trajnostni življenjski slog povsem združljiva z uživanjem v vožnji. *»Dirkamo v dokaz, da električna vozila lahko ustrezajo vsaki rabi. Kmalu bomo postavili nov svetovni rekord s štiritedensko odpravo z električnim vozilom, ki ima doseg okrog 100 kilometrov. S tem avtomobilom bomo prevozili več kot 6.000 kilometrov. To pomeni, da lahko vsakdo za svoje vsakdanje potrebe brez težav uporablja katerikoli avtomobil na trgu.«*

O ZNAMKI DACIA

Dacia, rojena leta 1968 in od leta 2004 uvedena na trge evropskih in sredozemskih držav, je vedno ponujala vozila z najboljšim razmerjem med uporabno vrednostjo in ceno in nenehno na novo opredeljevala bistveno. Dacia je prelomna znamka, ki snuje enostavna, vsestranska in zanesljiva vozila, ki so usklajena z življenjskim slogom njenih kupcev. Modeli znamke Dacia so postavili merila na trgu: Logan, nov avtomobil za ceno rabljenega, Sandero, najbolje prodajani avtomobil posameznim kupcem v Evropi, Duster, najbolj dosegljiv športni terenec, Spring, prvak dosegljive električne mobilnosti v Evropi. Dacia je znamka Skupine Renault, navzoča v 44 državah. Od leta 2004 do danes je Dacia prodala že več kot sedem milijonov vozil.

THE ENVIRONMENT AT THE **FOREFRONT** OF **PEOPLE'S MINDS** IN EUROPE



33%

are very concerned about
the state of the planet



62%

have already adopted
more environmentally
friendly behaviour



51%

expect more from
car manufacturers

**PEOPLE IN EUROPE WANT CLEANER,
GREENER TRANSPORT SOLUTIONS**

80%

would like to see electric
mobility become more
widespread



69%

believe that electric
mobility will have a
positive impact



54%

feel the transition
is too slow

REASONS STOPPING PEOPLE IN EUROPE FROM BUYING AN ELECTRIC VEHICLE



**believe the driving range
doesn't allow them to
make long journeys**

30%

**believe the price of
buying an electric
vehicle is too high**



**think there are not enough
public charging stations**

ELECTRIC STILL LARGELY MISUNDERSTOOD AMONG PEOPLE IN EUROPE



**don't know they have
a charging station near
to where they live**



**aren't familiar with
the characteristics
of electric vehicles**



42%

**don't know they can
recharge their vehicle
using a domestic socket**

DACIA SPRING - A GAME CHANGER



up to

305 km

in a city
environment



FROM

89€/month

The most affordable
electric model in Europe



220 V

A domestic socket can
be used to recharge
the vehicle

PEOPLE IN EUROPE WANT TO SWITCH TO ELECTRIC

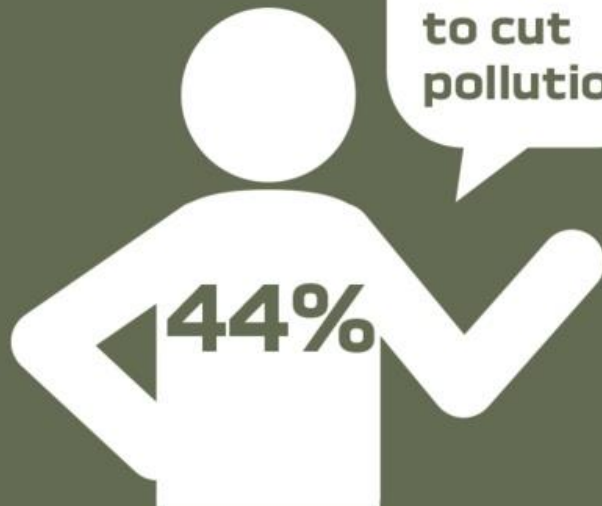


76%

find the driving experience
more pleasant



want to cut their
fuel bill



want
to cut
pollution