PERSDOSSIER

1 april 2015



DACIA : EEN SUCCESS STORY

- **Dacia viert dit jaar tien jaar succes sinds Logan in 2005 werd gecommercialiseerd in Europa en het Middellandse Zeegebied.**
- **In 2014 overschreed de Dacia-verkoop voor het eerst de grens van de 500.000 wagens, een stijging met bijna 20 procent in vergelijking met het jaar ervoor. Al sinds Logan in 2004 op de Roemeense markt kwam, kan het merk Dacia een parcours met een uitzonderlijk commercieel succes voorleggen: tot op vandaag verkocht Dacia al meer dan 3 miljoen wagens in Europa en het Middellandse Zeegebied.**
- **Het Dacia-verhaal getuigt van een sterke band tussen het merk en zijn klanten, die steunt op een filosofie van eenvoud, gulheid en betrouwbaarheid.**
- **Speciaal voor deze verjaardag stelt het merk een beperkte reeks Anniversary voor. Die wordt transversaal toegepast op het hele gamma en is herkenbaar aan de exclusieve kleur Kosmosblauw en opvallende stijlelementen en voorzieningen.**

Renault België Luxemburg – Directie Communicatie
W.A. Mozartlaan 20, 1620 Drogenbos
Tel.: + 32 (0)2 334 78 51 – Fax: + 32 (0)2 334 76 18
Websites: www.renault.be en www.media.renault.be

INHOUDSOPGAVE

1. DE DACIA SAGA 3

2. DACIA, EEN DUURZAAM COMMERCIEEL SUCCES 5

3. EEN 10-JARIGE BAND TUSSEN HET MERK EN ZIJN KLANTEN 6

4.BEPERKTE SERIE ANNIVERSARY OP HET HELE GAMMA 7

Renault België Luxemburg – Directie Communicatie
W.A. Mozartlaan 20, 1620 Drogenbos
Tel.: + 32 (0)2 334 78 51 – Fax: + 32 (0)2 334 76 18
Websites: www.renault.be en www.media.renault.be

1. DE DACIA-SAGA

1999-2004: Dacia wordt deel van de Renault-groep en het Logan-project schiet uit de startblokken

- In de jaren zestig had Roemenië beslist een automobielindustrie uit te bouwen en koos het Renault om onder licentie populaire Dacia-modellen te bouwen. De Roemeense versie van de Renault 8 kreeg de naam Dacia 1100, die later werd opgevolgd door de Dacia 1300 (Renault 12) in zijn talloze versies.
- In 1999 verwierf Renault 51 procent van het kapitaal van Dacia en startte het merk twee grote projecten: de modernisering van het Roemeense industriële apparaat en de ontwikkeling van een voor iedereen toegankelijke auto, die in Roemenië kon worden gebouwd.

  Zie De Logan-saga – Bernard Jullien, Yannick Lung en Christophe Midler.
- De Logan-saga vertegenwoordigt zo een belangrijke innovatie, "een project dat is uitgegroeid tot een programma en vooral tot een pijler in de strategie van Renault en de Alliantie", zoals Carlos Ghosn, Algemeen Directeur van de Renault-groep het verwoordde.
- Tussen 1999 en 2004, **investeerde de Renault-groep op vijf jaar tijd 489 miljoen euro** in de ingrijpende modernisering van Dacia.
- Chronologie:

1999: Privatisering van Dacia, Renault verwerft 51 procent van het kapitaal.

2000: Renault drijft zijn participatie op tot 81,4 procent van het kapitaal. Lancering van Supernova.

2001: Renault drijft zijn participatie op tot 92,72 procent van het kapitaal.

2003: Renault drijft zijn participatie op tot 97,93 en later 99,3 procent van het kapitaal.

2004 Geboorte van Logan en commerciële lancering in Roemenië.

2004-2014: Dacia wordt ontplooid in Europa en het Middellandse Zeegebied.

- In 2004 kwam Logan na zijn commerciële lancering in Roemenië ook in andere landen van Centraal-Europa op de markt. In 2005 werd Logan gelanceerd in West-Europa. Gesterkt door zijn onmiddellijke succes, schakelde Renault een hogere versnelling in voor de expansie van Logan in twee richtingen:
  - **De expansie van de markten** door de lancering van Logan in diverse landen.
  - **De expansie van het gamma** met de ontwikkeling van nieuwe modellen op basis van hetzelfde platform.

Renault België Luxemburg – Directie Communicatie
W.A. Mozartlaan 20, 1620 Drogenbos
Tel.: + 32 (0)2 334 78 51 – Fax: + 32 (0)2 334 76 18
Websites: www.renault.be en www.media.renault.be

- Chronologie:

2004: Geboorte van Logan en commerciële lancering in **Roemenië,** gevolgd door de **Tsjechische Republiek, Hongarije, Turkije en Slowakije:** het succes volgde onmiddellijk en oversteeg alle verwachtingen.

2005: In het begin van het jaar werd Logan gelanceerd in **Polen, Estland, Letland, Litouwen, Slovenië, Bulgarije en Moldavië.**

In juni kwam Logan ook op de markt in **West-Europa**: ook daar was de interesse van het publiek even sterk.

2006: Lancering van Logan MCV in **Roemenië** en **Bulgarije**.

2007: Lancering van Logan MCV in **Europa** en de **Maghreb-landen.**

2008: Lancering van Logan Pick-up en Sandero.

2009: Lancering van Sandero Stepway.

2010: Lancering van Duster.

2012: De familie wordt uitgebreid met Lodgy, Dokker en Dokker Van.

Vernieuwing van Logan, Sandero en Sandero Stepway.

2013: Nieuwe Duster.

2014: Lancering van Lodgy en Dokker Stepway.

Renault België Luxemburg – Directie Communicatie
W.A. Mozartlaan 20, 1620 Drogenbos
Tel.: + 32 (0)2 334 78 51 – Fax: + 32 (0)2 334 76 18
Websites: www.renault.be en www.media.renault.be

2. DACIA, EEN DUURZAAM COMMERCIEEL SUCCES

Al tien jaar lang staan klanten centraal bij Dacia. Sinds Logan in 2005 werd gelanceerd, werden er **in het totaal al 3,1 miljoen wagens verkocht** in Europa en het Middellandse Zeegebied. In 2014 verkocht Dacia voor het eerst **meer dan 500 000 wagens** op een jaar tijd.
Het merk geeft blijk van een voortdurend dynamisme met een gamma van zeven modellen: Logan, Logan MCV, Sandero, Duster, Lodgy, Dokker en Dokker Van.
Het Dacia-gamma, dat twee jaar geleden volledig werd vernieuwd, behoort op dit ogenblik tot de **jongste gamma's** van Europa.

2.1 De sterkste groei in Europa

In Europa realiseerde Dacia voor het tweede jaar op rij de snelste groei van alle merken, waardoor zijn marktaandeel met 0,4 procentpunten steeg tot 2,5 procent. Dacia verkocht in 2014 maar liefst 511 362 wagens. De modellen Sandero en Duster nemen twee derden van de verkoop voor hun rekening, met elk ongeveer 160 000 exemplaren, gevolgd door Logan, waarvan bijna 100 000 stuks werden verkocht.

Dacia, dat **in België is uitgegroeid tot het twaalfde merk op de markt**, wint 0,1 procentpunten aan marktaandeel, wat het totaal op 3.1 procent brengt. Dat succes wordt voornamelijk ondersteund door Duster en Sandero (op zeven na meest verkochte model bij particuliere klanten).

Ondanks de weinig gunstige marktcontext zet Dacia zijn ontwikkeling in het Middellandse Zeegebied voort en verhoogt het in alle landen de penetratie. In januari van dit jaar werd het merk ook in Israël gelanceerd, met de opening van een eerste verkooppunt in Tel Aviv, dat vier modellen uit het gamma zal commercialiseren: Duster, Sandero Stepway, Lodgy en Dokker.
Na het Verenigd Koninkrijk, Ierland, Denemarken, Noorwegen, Cyprus en Malta in 2013 is Israël het 44e land waar Dacia voet aan wal zet.

Onder leiding van Carlos Ghosn kent het merk Dacia **een sterke expansie**. Aanwezig in 44 landen: het steunt op een compleet gamma van zeven modellen, waaronder het bedrijfsvoertuig Dokker Van.
Ook vandaag nog blijft het merk trouw aan zijn waarden door een groter publiek toegang te geven tot een nieuwe wagen en de uitrusting van zijn modellen progressief op te waarderen zonder daarbij te raken aan de betaalbare prijzen. In 2014 viert Dacia zijn 3 000 000e verkochte wagen.

Renault België Luxemburg – Directie Communicatie
W.A. Mozartlaan 20, 1620 Drogenbos
Tel.: + 32 (0)2 334 78 51 – Fax: + 32 (0)2 334 76 18
Websites: www.renault.be en www.media.renault.be

3. EEN 10-JARIGE BAND TUSSEN HET MERK EN ZIJN KLANTEN

- Met duidelijke beloften op het gebied van een royale uitrusting, betrouwbare technologieën en betaalbare prijzen heeft Dacia het vertrouwen van zijn klanten gewonnen en zijn plaats in de markt veroverd. Dacia wist zijn gamma bovendien af te stemmen op de uiteenlopende behoeften van klanten in diverse landen:
  - In West-Europa heeft het merk heel wat consumenten met een beperkt budget voor het eerst toegang gegeven tot een nieuwe wagen.
  - In Centraal- en Oost-Europa en in het Middellandse Zeegebied heeft Dacia de economische revolutie kracht bijgezet door de toegang tot een auto te democratiseren.
  - Door betaalbare auto's te promoten heeft Dacia bijgedragen tot een mentaliteitswijziging bij de klanten. Dat vertaalt zich bovendien in een sterke klantentrouw: heel wat klanten blijven het merk trouw en bevelen het bovendien aan bij anderen.
  - In 2014 wonnen zes Dacia-modellen de Duitse "Wertmeister"-trofee van Autobild en EurotaxSchwacke (Duitsland), die voertuigen met een uitzonderlijke restwaarde bekroont.

3.1 Een groeiende Dacia-gemeenschap

Dacia-klanten geven graag toe dat ze gehecht zijn aan hun merk. De evenementen van de Dacia-gemeenschap kennen dan ook bijzonder veel succes en kunnen rekenen op een ruime belangstelling op sociale netwerken.

Een gemeenschap van ruim 2,2 miljoen fans, actief op de sociale netwerken

Naast de commerciële relatie kan Dacia ook op heel wat bijval rekenen bij zijn klanten. Het publiek sloot het merk al snel in zijn hart. Er is spontaan een echte gemeenschap ontstaan, die aangaf dat er wel degelijk vraag was naar betaalbare auto's. De klanten van het merk Dacia verenigen zich al tien jaar rond gedeelde waarden: een zekere vrijheid van geest, eenvoud en gulheid.

Dacia-liefhebbers drukken ook op Facebook hun waardering voor het merk uit met een internationale pagina en 27 landpagina's. De Facebook-gemeenschap rond het merk blijft gestaag groeien. **Ze is op een jaar tijd dubbel zo groot geworden en telt momenteel 2,2 miljoen fans.**

In België heeft de Facebook pagina meer dan 20 000 fans. Bovendien telt de Dacia Cherry Club meer dan 24 000 leden. Dit on-line fideliseringsprogramma biedt wedstrijden, newsletters, kortingen, promoties, …

Renault België Luxemburg – Directie Communicatie
W.A. Mozartlaan 20, 1620 Drogenbos
Tel.: + 32 (0)2 334 78 51 – Fax: + 32 (0)2 334 76 18
Websites: www.renault.be en www.media.renault.be

4. BEPERKTE SERIE ANNIVERSARY OP HET HELE GAMMA

Om zijn tiende verjaardag te vieren, meet het merk al zijn modellen (op uitzondering van Dokker van) een feestelijke beperkte reeks Anniversary aan. Die beperkte reeks is naar goede Dacia-gewoonte eenvoudig maar gul en combineert de exclusieve kleur Kosmosblauw met opvallende stijlelementen en het nieuwe online navigatiesysteem Media-Nav Evolution.
Ook nieuw is dat het Duster-gamma wordt uitgebreid met de versie TCe 125 4WD als aanvulling op het 4x4-aanbod, bestaande uit de dCi 110 pk.

Deze beperkte reeks is:

- verkrijgbaar op Logan, Logan MCV, Sandero, Duster, Lodgy en Dokker
- afgeleid van de versie Lauréate

De nieuwe exclusieve kleur 'Kosmosblauw'

Blauw is de historische kleur van het merk Dacia. Dat wordt bij de beperkte serie Anniversary nog extra benadrukt door het kleurenpalet uit te breiden met het exclusieve Kosmosblauw, een emblematische tint voor het merk. Ook binnenin komt het blauw van het koetswerk terug in discrete accenten.

Oog voor detail aan de buitenzijde

De beperkte serie Anniversary onderscheidt zich ook door specifieke designelementen zoals de metaalgrijze buitenspiegelbehuizingen en de lichtmetalen velgen afgewerkt met de lak 'dark metal'.

Een verzorgde afwerking binnenin

Het blauw van het koetswerk komt in het interieur terug in discrete accenten. Het wint aan karakter dankzij een interieursfeer in donker carbon met donkerblauwe accenten in de bekleding en de veiligheidsgordels voorin en achterin en met discrete grijze stiknaden op de zetels. Daar komen bovendien specifieke overtapijten bij, zowel voorin als achterin.

Een royale uitrusting

De beperkte reeks kan schermen met een royale uitrusting, gebaseerd op het uitrustingsniveau Lauréate. Zo biedt ze standaard het comfort van een airconditioning, de veiligheid en sereniteit van een snelheidsregelaar/-begrenzer en het gebruiksgemak van elektrische ruiten voorin. Deze beperkte serie is ook uitgerust met radio en een lederen stuur. Stuk voor stuk voorzieningen die elke dag opnieuw hun nut bewijzen.

Renault België Luxemburg – Directie Communicatie
W.A. Mozartlaan 20, 1620 Drogenbos
Tel.: + 32 (0)2 334 78 51 – Fax: + 32 (0)2 334 76 18
Websites: www.renault.be en www.media.renault.be

Een multimediasysteem van de nieuwste generatie

Op de optielijst vinden we voorts het nieuwste navigatiesysteem Media-Nav Evolution : 100% nuttig met Bluetooth®- en USB-aansluiting, geïntegreerd navigatiesysteem, TMC-verkeersinformatie (Traffic Message Channel) en de toepassing AHA om in alle eenvoud verbonden te blijven.

De nieuwigheden in detail:

- **Een navigatiesysteem met gratis TMC-verkeersinformatie** inclusief voorstellen voor alternatieve routes
- **Veiligheidswaarschuwingen** (gevarenzones, enz.)
- **Toegang tot connectiviteit via een specifieke toepassing**: de gebruiker vindt op het scherm de multimedia-inhoud die hij via de toepassing AHA heeft geconfigureerd en die hij gratis kan downloaden vanaf zijn smartphone. De toepassing geeft hem in de wagen toegang tot zijn multimediabibliotheek (webradio's, podcasts, muziek, audiobooks) en tot sociale netwerken zoals Facebook® en Twitter®. Ze levert ook in realtime informatie over de dichtstbijzijnde Points of Interest zoals hotels en restaurants. Gebruikers kunnen de betreffende punten rechtstreeks opbellen of instellen als bestemming in het navigatiesysteem.
- De wagen beschikt ook over **bedieningstoetsen op het stuur** die rechtstreeks toegang geven tot de **spraakassistent SIRI van Apple** (compatibel vanaf iPhone® 4S).
- Een gemoderniseerde interface in kleur en met nieuwe pictogrammen

Dacia Media-Nav Evolution behoudt alle functies die het Media-Nav-systeem tot een succes hebben gemaakt: een groot 7"-aanraakscherm en een startpagina die vlot toegang biedt tot de zes universums: radio, media, telefoon, kaart, navigatie (met 2D-weergave en Birdview) en instellingen. Persoonlijke mobiele toestellen zoals een smartphone en een mp3-speler kan men aansluiten op de USB- en Jack-aansluiting die een ergonomische plaats kregen op het instrumentenbord. Dankzij de Bluetooth®-functie biedt Dacia Media-Nav Evolution gebruikers ook een streamingfunctie om draadloos te luisteren naar tracks en afspeellijsten op de smartphone.

Een beperkte reeks verkrijgbaar op alle motoren van het Dacia-gamma

De speciale reeks is zonder beperkingen verkrijgbaar op het hele motorgamma, en in het geval van Duster zowel op twee- als vierwielaangedreven modellen.

Renault België Luxemburg – Directie Communicatie
W.A. Mozartlaan 20, 1620 Drogenbos
Tel.: + 32 (0)2 334 78 51 – Fax: + 32 (0)2 334 76 18
Websites: www.renault.be en www.media.renault.be