STORY

30 augustus 2017



MET DE NAAM DUSTER

Met meer dan 2 miljoen verkochte exemplaren sinds zijn marktintroductie heeft Duster, een wagen met een internationale roeping, zich doen gelden als een van de bestsellers van de Groep. De SUV uit het assortiment van Dacia drukt zijn stempel op deze markt. Op 7 jaar tijd heeft Duster klanten veroverd die op zoek zijn naar een polyvalente, betrouwbare en betaalbare wagen. Zijn verleidingskracht is grenzeloos. Zijn prijs is bijzonder aantrekkelijk, zijn terreincapaciteiten behoren tot de beste van de markt en zijn robuustheid en design laten niemand onverschillig. Terug in de geschiedenis van een kleine onruststoker die zich een mooie plek in het uitgebreide SUV-universum heeft veroverd.

Dacia Duster: de schandalig betaalbare SUV

Het zou blijk geven van moed om een SUV aan te bieden voor de prijs van een stadswagentje. Dacia waagde het in 2010 en het prijsargument was een schot in de roos. In de reclame voor Duster werd op dit thema trouwens voortgeborduurd door een wat karikaturaal koppel op te voeren, dat na een proefrit met Duster naar zijn prijs vroeg. Toen die "vanaf 11 900 euro" bleek te zijn, was de klant geërgerd: "zo weinig gaan we toch niet uitgeven? ". Het fenomeen Dacia Duster is gelanceerd. Op 3 jaar tijd werden meer dan 450 000 exemplaren van het model verkocht. Op basis van dit succes stelt het merk in 2013 een vernieuwde versie voor, die op hetzelfde enthousiasme zou worden onthaald. Het succes met een benijdenswaardige populariteit, wanneer de reclameslogan in 2016 verandert in "Another one drives the Duster" ("Alweer iemand in een Duster").

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

Hoewel het prijsargument belangrijk blijft in een wereld in economische crisis, valt het succes van de Duster niet enkel te verklaren door zijn aantrekkelijke prijs. Ook zijn intrinsieke terreinkwaliteiten hebben een groot aandeel in zijn succes. Zijn design laat er geen twijfel over bestaan dat hij tot het SUV-segment behoort. Zonder al te veel op te vallen zijn de lijnen van Dacia Duster die van een echte 4x4. Zijn voorkant straalt robuustheid uit. Zijn brede gewelfde spatborden, zijn dubbele koplampen en zijn beschermende voorbumper laten geen twijfel bestaan over zijn SUV-genen. Zijn hoge bodemvrijheid, imposante wielen (16") en talrijke beschermingen nodigen uit om de zwaarste routes en wegen in te slaan.

Het interieur van Duster laat niemand onverschillig, zijn passagiersruimte is modern, functioneel en aanpasbaar. Het brutale karakter van deze SUV gaat nog verder, want de wagen is verkrijgbaar met een uitrusting van het C-segment voor de prijs van het B-segment.



Boven: uitvoering 2013
Onder: uitvoering 2016



Dacia gooit opnieuw de gevestigde waarden omver

Met de lancering van Duster bevestigt Dacia zijn durf, die het voor het eerst 6 jaar eerder toonde met de marktintroductie van de Logan. Het merk Dacia wordt de referentie voor een nieuwe manier van autogebruik. Het gooit opnieuw de gevestigde waarden omver door Duster op de markt te brengen, een echte praktische en polyvalente SUV voor de prijs van een compacte berline.

Net als alle modellen van Dacia is Duster gericht op klanten die een auto willen kopen voor de juiste prijs. Dit betekent een betaalbare auto met eigenschappen die aan hun behoeften beantwoorden. Afgezien van zijn betaalbaarheid waagt het merk zich op een nieuw speelterrein, dat van de SUV's. Hiermee kan het een nieuwe doelgroep bereiken van klanten op zoek naar een wagen met onvervalste terreincapaciteiten. Deze nieuwe klantengroep bestaat uit kopers van een eerste auto of klanten die anders een tweedehandswagen hadden gekocht. Nieuwe markt, nieuwe klanten, het merk Dacia zet zijn succes voort en doet zelfs een hele gemeenschap

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

ontstaan. Zo worden picknicks gehouden waarop elk jaar opnieuw duizenden liefhebbers van het merk uit vele landen samenkomen. Als onvoorwaardelijke fans zijn de klanten tegenwoordig heel actief op de sociale netwerken. Meer dan klanten zijn ze ook de beste ambassadeurs van het merk.

Duster, een wagen die de wereld verovert

Het Duster-project is ontstaan uit een eenvoudige vaststelling: er bestaat wereldwijd een reële behoefte aan praktische, robuuste en betaalbare 4X4's. Aan die vraag werd op dat ogenblik echter weinig voldaan. Op basis van deze vaststelling biedt Dacia een tot dan ongezien aanbod en ontwikkelt het een SUV die in de eerste plaats voor groeimarkten is bestemd. Van bij het begin van het project werd ook rekening gehouden met de behoeften van de Europese klanten.

- In groeilanden willen mensen uit de middenklasse een moderne wagen die hun maatschappelijk succes weerspiegelt. Ze zijn ook op zoek naar robuuste, betrouwbare en polyvalente wagens, die bestand zijn tegen een extreem klimaat en tegen zowel zware als uiteenlopende gebruiksomstandigheden (lange afstanden, steile en zelfs onberijdbare paden). Het bestaande SUV-aanbod, meestal geïmporteerd, ligt in vele gevallen buiten het bereik van deze middenklasse.
- In Europa bewijst het succes van Dacia het bestaan van klanten die op zoek zijn naar moderne, betrouwbare en betaalbare wagens. Maar hoewel het aanbod van 4X4's en SUV's zeer uitgebreid is, blijft het segment van functionele en betaalbare terreinwagens verwaarloosd ten voordele van dure protserige SUV's die vaak niet geschikt zijn voor gebruik op ruw terrein.



Nadat Duster eerst onder de merknaam Dacia op de markt werd gebracht, wordt hij sinds 2011 ook onder de merknaam Renault verkocht in Latijns-Amerika (Brazilië, Argentinië, Mexico, Chili en Colombia), en later ook in Rusland en India. Onder de merknaam Renault moet Duster ook een imago uitstralen. Hij is gericht op klanten die een SUV met status en echte terreincapaciteiten willen. De Europese uitvoering van Duster werd aangepast aan de specifieke behoeften van een internationale clientèle: uitvoering "strenge kou" voor Rusland, motor "Flex Fuel" voor Brazilië, stuur rechts en specifiek design voor India.

Ontworpen om alle soorten routes en wegen het hoofd te bieden

Zo is Duster sinds zijn introductie niet in één maar in twee uitvoeringen verkrijgbaar:

- een 4X4-uitvoering voor klanten die een wagen met echte terreincapaciteiten willen voor dagelijks gebruik.
- een 4X2-uitvoering bestemd voor klanten op zoek naar de veelzijdigheid van een terreinwagen en een hoge rijpositie.

Duster is een gebruiksvriendelijke wagen. Zijn gewicht (1 160 kg voor de 4X2 en 1 250 kg voor de 4X4) in combinatie met compacte afmetingen maakt hem bijzonder wendbaar.

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

Zijn onderstel is aangepast aan gebruik op alle wegen en elk terrein:

- een hoge bodemvrijheid van 210 mm
- korte overhangen (822 mm vooraan, 820 mm achteraan)
- en verlaagde hellingshoeken (30° voor de oprijhoek, 23° voor de overschrijdingshoek en 36° voor de afrijhoek).

De terreincapaciteiten en de manoeuvreerbaarheid van Duster worden zwaar op de proef gesteld tijdens gerenommeerde wedstrijden: Trophée Andros (Frankrijk), Rallye des Gazelles (Marokko) en de wedstrijd Pikes Peak International Hill Climb (Verenigde Staten).

Nauwelijks enkele dagen na zijn marktintroductie behaalt Dacia Duster de 1ste plaats in de Rallye Aicha des Gazelles in de categorie cross-over. Hij levert zo het bewijs van zijn terreincapaciteiten, zijn robuustheid en zijn betrouwbaarheid. Dat geldt ook voor de sportuitvoering van Duster bestuurd door Alain Prost op de ijspistes van de Trophée Andros tijdens de winter van 2009-2010. De wagen klimt op tot de 2de plaats in de algemene rangschikking na afloop van de 7 wedstrijden van het seizoen.



In 2011 gaat Duster een nieuwe uitdaging aan door aan te treden in de Pike Peak International Hill Climb. Voor een eerste deelname is dit wel een succes. Dacia Duster No Limit eindigt op de 3de plaats in deze mythische wedstrijd.

Duster wordt op dit ogenblik verkocht in een honderdtal landen onder de merknamen Renault en Dacia. Op 7 jaar tijd werden wereldwijd meer dan 2 miljoen Dusters verkocht: een overrompelend succes.

In 2017 wordt de Duster-saga voortgezet met de voorstelling van Nieuwe Duster, te ontdekken op het Salon van Frankfurt op 12 september van dit jaar.

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