

NOVÁ IDENTITA ZNAČKY DACIA. KAPITOLA 1: NOVÉ LOGO

- **Nová etapa v realizaci strategického plánu Dacie**
- **Nová identita pro moderní a více digitální značku, stále věrnou své DNA**
- **Nové logo a nový znak, ztělesnění jednoduchosti a síly**
- **Dacia jde do zelené a ukazuje svou outdoorovou stránku**
- **Nový vizuální a grafický formát, který bude postupně představován od června 2021.**



Nový logotyp značky DACIA

Dacia, která od svého vzniku neustále ruší zavedené zvyklosti, se dnes představuje v nové podobě a je stále více sebevědomá, současná a autentická. Nová kapitola v historii Dacie.

NOVÉ AMBICE

Ve svém strategickém plánu z počátku roku 2021 Dacia oznámila: Započíná se nová etapa její historie! Dnes nabývá konkrétní podoby se změnou její image: nové logo, nový znak, nové barvy, nové území ... aniž by však popírala své kořeny. Recept, který je zdrojem úspěšnosti značky, zůstává stejný, ale dnes se značka představuje v nové podobě, aby potvrdila své přednosti spočívající v jednoduchosti, autentičnosti a síle, a to stále za přijatelnou cenu.

Generální ředitel Denis Le Vot definuje Dacii jako „značku, která neustále znovu definuje to nejdůležitější v automobilovém průmyslu“. Značka, která spojuje „dostupné“ a „atraktivní“. Stále jedinečná pozice na trhu, která by měla v dalších letech posílit, jak vysvětluje video v příloze mailu.



NOVÁ VIZUÁLNÍ IDENTITA



Nový znak značky DACIA

Renesanci Dacie ztělesňuje nový logotyp a nový znak, symboly jednoduché značky, která se prosazuje.

Oba dva tyto prvky byly vytvořeny vlastním týmem designerů s cílem vyjádřit podstatu značky, základ Dacie od jejího vzniku.

Logotyp, který je hlavní součástí nové vizuální identity, vyvolává na první pohled dojem síly a stability. Kresba písmen je záměrně minimalistická – D je obrácené C – s cílem vizuálně vystihnout střídmeho a mazaného ducha značky. Tato geometrická forma logotypu zanáší do sledu písmen pohyb inspirovaný mechanikou.

Pokud jde o základ loga, tak znak představuje spojení D a C jakožto dvou dílů, které jsou spojeny a které vytvářejí dohromady článek řetězu, symbol pevnosti a spojení. Znak, který je výrazným grafickým prvkem, umožní snadno, a dokonce i na dálku rozpoznat značku.

Oba dva silné prvky jsou jednoduché a čitelné a vypadají přirozeně, aby s jistotou připomínaly solidnost vozidel Dacia, která jsou každodenním společníkem pro miliony zákazníků.

Celá grafická forma je záměrně očištěná, aby připomínala, že Dacia je značkou, která se soustřeďuje na to nejdůležitější. Různé prvky tvořící grafickou formu přispívají ke koherenci celku a současně umožňují vytvořit doplňkové digitální obsahy. V rámci celkového duchu značky je tento grafický systém současně silný a flexibilní. Například úkolem špičky vytvořené v logotypu písmenem D je nasměrovat pohled na to nejdůležitější a vyjádřit pohyb značky zaměřené jednoznačně na budoucnost.

DACIA SE PŘEVLEKÁ DO ZELENÉ BARVY

Barevná paleta, která se soustředí kolem zelené khaki, evokuje blízkost s přírodou, která je výrazným orientačním bodem pro naše zákazníky i terén, kde vozidla Dacia, jako ikonický Duster, plně využijí své schopnosti.

Sortiment je doplněn o další barvy:

- více přírodní barvy: tři další „přírodní“ barvy – tmavá khaki, terracota, písková

- dvě další barvy – jasně oranžová a jasně zelená – doplňují sortiment a přinášejí více technické odstíny.

Duch značky je vyjádřen také v novém ikonografickém přístupu symbolizujícím tuto potřebu svobody, návratu ke kořenům a k tomu nejdůležitějšímu. Velmi rozšířené potřeby vedoucí k tomu, abychom se soustředili na to, co je opravdu podstatné, a oprostili se od toho, co je nadbytečné.

Dacia, Vše. Jednoduše.

PO VÍCE ETAPÁCH

Od června 2021 bude nová identita značky prezentována na různých komunikačních kanálech: weby značky, reklama, brožury ... Prodejny Dacia budou na novou identitu značky přecházet postupně od začátku roku 2022.

Pokud jde o vozidla, tak na nich bude nové logo a znak od druhého pololetí roku 2022....

NOVÁ IDENTITA ZNAČKY DACIA. KAPITOLA 2: OBCHODNÍ SÍŤ

- **Nová vizuální identita Dacia, která byla odhalena v roce 2021, představuje novou kapitolu v pokračujícím úspěšném příběhu značky.**
- **Tato identita bude zaváděna ve třech fázích: nejprve se v polovině roku 2021 objeví v komunikačních médiích, reklamách a na webových stránkách značky Dacia, od první poloviny roku 2022 se postupně rozšíří do celé sítě Dacia a koncem roku 2022 se objeví na vozech značky.**
- **Prodejna Dacia v Melunu (LS Group) je prvním místem v síti, které odhaluje novou vnější identitu značky.**
- **Toto první pilotní místo v síti umožnilo dokončit novou koncepci vnější vizuální identity značky Dacia, která bude v následujících měsících zavedena do všech evropských dealerství značky.**

SPUŠTĚNÍ NOVÉ VNĚJŠÍ VIZUÁLNÍ IDENTITY DACIA

Síť vozů Dacia mění svůj vzhled pomocí nové vnější vizuální identity, která má podpořit rozvoj značky a jejího sortimentu a zároveň zůstat věrná jejím základním hodnotám, jimiž jsou jednoduchost, robustnost a úspornost. Touto výraznou novou vizuální identitou značka zvyšuje vnější viditelnost a progresivnost své sítě.



První evropské dealerství, které odhalilo novou fasádu showroomu Dacia, se nachází v pařížském regionu, ve městě Melun (LS Group). Zavádění nového vnějšího značení v celé síti bude zahájeno na jaře za pomoci evropských dodavatelů, kteří budou dealerům značky Dacia poskytovat služby nejvyšší kvality za bezkonkurenční ceny. Projekt bude pokračovat zavedením standardů pro interiéry showroomů, které se v současné době definují.



VĚRNOST NOVÉ IDENTITĚ ZNAČKY DACIA

Silná khaki linie, která se táhne po okrajích budovy dealerství, ztělesňuje robustnost, jednoduchost a outdoorové odhodlání značky. Tyto výrazné obrysy budovy jasně identifikují dealerství, tak aby bylo pro všechny jasně viditelné a nezaměnitelné. Zároveň také rámuje emblém značky, který je tvořen osvětlenými písmeny v rámečku: ve dne v barvě khaki a v noci v barvě bílé, přičemž písmena jsou pro zdůraznění robustnosti značky obkreslena černě.

Velký totem usnadňuje identifikaci značky. Druhý totem je umístěn bezprostředně vedle vchodových dveří, kde vítá zákazníky a poskytuje jim praktické informace. Totemy zvýrazňují emblém značky. Jsou vyrobeny ze dvou materiálů: kovu v barvě khaki a dekoru inspirovaného dřevem. Ten má dodávat konstrukci teplo a evokuje outdoorovou přitažlivost, která je pro značku tak důležitá. Jejich záměrně objemný design zajišťuje, že v prostoru působí skutečně přítomně.

A konečně vlajky, které poskytují dodatečné zvýraznění emblému Dacia společně s dalšími barevnými prvky, včetně odstínů terakotové a pískově šedé barvy. Celý tento balíček poskytuje zákazníkům a kolemjdoucím lepší vnější viditelnost značky Dacia. Docela jednoduché, že?

EKOLOGICKY ODPOVĚDNÝ PŘÍSTUP K DESIGNU PRO OBCHODNÍ SÍŤ DACIA

- **Flexibilní, funkční a ekologicky orientované obchodní zastoupení**
- **Cesta zákazníka, která je v souladu se strategií značky**
- **Klíčové milníky v přeměně značky Dacia**



EKOLOGICKY ODPOVĚDNÁ OBCHODNÍ SÍŤ

Nový vzhled prodejní sítě značky Dacia vychází z několika hlavních principů, a to z ambice být funkční, ekologický a nákladově efektivní. Jednotlivá dealerství proto byla navržena tak, aby se jejich vzhled zjednodušil a zpřehlednil a zachoval si pouze ty prvky, které jsou nezbytné a které usnadní orientaci zákazníka.

Autosalon značky Dacia musí být schopen proměňovat se v průběhu času a přizpůsobit se jakkoli velkému obchodnímu zastoupení, ať už prostorově velkému či menšímu. Byly tak navrženy tři formáty pokrývající hlavní rozdíly, co se týče velikosti showroomu a počtu vystavených vozů. Materiály použité pro panely, koberečky, podlahy, světla, barevné nátěry atd. jsou z velké části recyklované a udržitelné a byly vybrány s ohledem na primární snahu chránit životní prostředí.

Stojany používané pro panely jsou vyrobeny z recyklovaných pneumatik a jsou sestavovány dohromady pomocí emblému značky. V souladu se svým názvem slouží Dacia Link k propojení celého designu - a to fyzicky i v přeneseném slova smyslu.



V jednotlivých dealerstvích bude rovněž možné zakoupit produkty značky Dacia. To pro značku znamená nový posun, zastavila totiž prodej zboží již v roce 2019. Opětovné uvedení tohoto zboží na trh bude zahrnovat produkty vhodné pro outdoorový lifestyle: batohy, čepice, láhve na vodu nebo pláštěnky. Veškeré produkty jsou ekologické, a to od designu až po způsob prodeje.

Přestavba designu interiéru byla svěřena Studiu 5•5 především pro jejich zodpovědný přístup k pojetí designu. Tým tohoto ateliéru proslul již v roce 2003 díky svému projektu nazvaném „Réanim, la médecine des objets“. Hlavní myšlenkou bylo tzv. uzdravení nábytku ve snaze upozornit na problém nadměrné spotřeby a plýtvání. V současnosti je Studio 5•5 globálně proslulým kolektivem tvůrců a nadále vyznává tytéž hodnoty a myšlenky, a sice odpovědný design skrze vytváření nového pomocí starého. Jeho cílem je nabízet sortiment, který je ekologický a udržitelný. Tento přístup je v dokonalém souladu s hodnotami Dacie a jejím neutuchajícím odhodláním soustředit se na to podstatné.

ZJEDNODUŠENÁ FYZICKÁ A DIGITÁLNÍ PRODEJNÍ CESTA, CO NEJBLIŽE POTŘEBÁM ZÁKAZNÍKŮ

V rámci přehodnocování vztahu se zákazníkem byla zcela přepracována nákupní cesta online i v autosalonu. Pro každý krok na této nákupní cestě existuje funkce zasílání zpráv, každá zóna je jasně a snadno identifikovatelná a jasné značení pomáhá zákazníkům, aby přesně věděli, kam mají jít, a to od okamžiku, kdy vstoupí do autosalonu, až po poslední fázi poprodejní péče.

Oranžové nápisy '**DACIA a JÁ**' poskytují jasné shrnutí cesty zákazníka:

Vybírám a testuji
Zvažuji možnosti financování a služeb
Objednávám vůz a zůstávám v kontaktu
Jezdím v Dacii !



Ve snaze ještě výrazněji zlepšit zkušenosti zákazníka, bude prodejní personál sdílet obrazovku svého počítače se zákazníkem, když si sedají vedle nich – nikoli naproti. Tento přístup pomůže usnadnit diskusi o vlastnostech vozu a zároveň budovat větší pocit důvěry a transparentnosti.

Obchodní zástupci mohou využívat aplikaci **rozšířené reality Dacia AR**, která jim má napomoci k vylepšení zákaznické zkušenosti. Například tím, že jim v showroomu předvedou vůz, který zrovna není v autosalonu k dispozici. Tímto způsobem mohou zákazníci prozkoumat daný vůz (v měřítku 1:1), zblízka si prohlédnout details, nebo si dokonce vyzkoušet, jaké to je sedět uvnitř. Jedná se tedy o další obratný způsob, jak být více v souladu s potřebami zákazníků. Aplikaci si může stáhnout kdokoli. Vyberte si model a odstín čalounění a pak se podívejte, jak bude váš vůz Dacia s novým označením vypadat přímo ve vaší garáži, uprostřed obývacího pokoje nebo na rohu vašeho pracovního stolu! Pomocí aplikace si můžete vůz prohlédnout, prozkoumat jeho interiér, prohlédnout si ho zblízka a detailně.

<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.renault.daciaar>



ETAPY UVEDENÍ

Červen 2021: nová identita značky Dacia se prezentuje na všech webových stránkách značky, v reklamě a prospektech.

Začátek roku 2022: prodejní místa postupně přecházejí na novou image a vnější vzhled a posilují tak viditelnost sítě prodejců Dacie. Probíhá odhalení designu interiéru skrze ambiciózní grafické a vizuální prvky. Co se týče vnějšího designu, bude i interiér nového dealerství Dacia zahrnovat minimalistický logotyp, nový emblém, který odráží silné pouto řetězce a kombinuje písmena D a C obsažené v názvu značky Dacia. Bude i nová paleta barev evokující outdoorový styl.

Nový vzhled interiéru dealerství – bude vřelejší a více atraktivní pro zákazníky - to je další součástí přestavby značky, která vychází z hodnot, jež zákazníci značky Dacia hledají: jednoduchost, autentičnost a robustnost za férovou cenu.

16. června 2022: všechny objednávky vozů Dacia budou disponovat novým emblémem, logotypem a barvami. První dodávky budou zpracovávány koncem roku 2022.

Dacia otevírá novou kapitolu, v níž projeví ještě více hrdosti na svou identitu a nabídne ještě modernější vzhled.

Přebudování interiérů dealerství Dacia znamená jasný krok dopředu směrem k realizaci všech odvážných ambicí značky.

V současné době existují dvě dealerství ve Francii - v Nanteuil Les Meaux a Remeši - a třetí se nachází v Pitesti v Rumunsku. Na těchto místech byla dealerství v rámci pilotního provozu zcela přebudována. Úplné zavádění veškerých změn bude ve zbývajících zemích a lokalitách pokračovat již začátkem roku 2023.

„Naší ambicí je zavést rychle novou identitu značky napříč všemi dealerstvími Dacia. Naším cílem je mít do konce roku 2023 dokončeno 70 % ze všech 2 500 primárních lokalit. K dnešnímu dni jsme dokončili již 700 exteriérů a počty rychle narůstají. Nyní se chystáme pomoci prodejním sítím zavést modernizaci a přestavbu interiérů v ještě rychlejším tempu.“




Thomas Brient, Viceprezident pro efektivitu prodeje a marketingu, Dacia

NOVÁ IDENTITA ZNAČKY DACIA. KAPITOLA 3: VOZIDLA

- **Nová vizuální identita značky Dacia se zavádí v celé modelové řadě**
- **Nový znak Dacia, nový logotyp, nové barvy... ale stále stejný svěbytný design**
- **Změna, která se 16. června dotkne celé modelové řady**

Po kompletní obměně komunikačních materiálů (polovina roku 2021) a poté prvních showroomů našich prodejních zastoupení, která byla započata na začátku roku 2022, je nyní na vozidlech, aby přijala novou identitu značky. Kromě prosté změny designu, nová identita ztělesňuje závazky do budoucna a staví na pevně zakotvených hodnotách, které stojí za úspěchem značky Dacia.

NOVÁ VIZUÁLNÍ IDENTITA ZNAČKY DACIA SE ROZŠÍŘILA NA CELOU MODELOVOU ŘADU

Výrazným prvkem nové identity značky je emblém **Dacia Link**,  který se nachází uprostřed přední masky, která je sama o sobě přepracovaná a nyní s prvky v bílé barvě.

Stejně jako články řetězu tvoří propojená písmena "D" a "C" v minimalistických liniích zcela nový emblém, který odráží robustní jednoduchost nového designu. Dacia Link je snadno rozpoznatelným obrazem značky, který je dobře viditelný zblízka i z dálky.

Další viditelnou změnou je přidání loga na volant každého vozidla. Minimalistický design nápisů byl zredukován, takže zůstalo jen to nejnútnejší, co stačí k rozeznání jednotlivých písmen.

Mezi další změny, které byly provedeny v designu, patří příchod barvy šedá Megalithe na střešní lišty, prvky předního a zadního nárazníku a vnější zpětná zrcátka u modelů Sandero Stepway a Duster.

STEJNÁ DNA, NOVÝ IMPULS

Během několika měsíců Dacia obnovila svou modelovou řadu dvěma novými přírůstky do rodiny: plně elektrickým modelem Spring a modelem Jogger, všestranným rodinným vozem segmentu C.

Zavedení nové vizuální identity představuje vyvrcholení obnovy značky. Dacia skutečně změnila vše, ale stále zůstává věrná podstatě značky.

Tato podstata znamená vyrábět vozy bez příkras, jen s podstatnými prvky, které odpovídají očekáváním našich zákazníků. Vozidla Dacia jsou především robustní a spolehlivá, jsou skutečně všestranná a lze je používat k nejrůznějším účelům, ať už jde o popojíždění po městě, nebo útěk na víkend do přírody. Zbrusu nové barvy šedá a zelená Dusty jsou zemité odstíny inspirované barvami přírody a podtrhují úzké spojení značky Dacia s přírodou.

Dacia je tu proto, aby změnila zažitě poměry a opět otřásla automobilovým průmyslem, zejména prostřednictvím snahy o prosazování chytrých spotřebitelských řešení. To znamená postupné ukončení používání některých materiálů, jako jsou chromované lišty nebo umělý hliník, ale také pokračující snahu o ukončení používání jakékoliv formy kůže živočišného původu.

Uvedení nové identity značky je pro společnost Dacia také příležitostí uvést do praxe závazek, který skupina Renault přijala na výroční valné hromadě 23. dubna 2021. Dacia se tak stane první značkou skupiny, která postupně omezí maximální rychlost všech svých vozidel na 180 km/h.

“ Dacia se mění s dobou, stejně jako se mění image její značky. Také základy jednotlivých produktů jsou stále silnější, aby odpovídaly velmi reálným očekáváním našich klientů. Všestranná, robustní vozidla, stavěná do terénu, s důmyslnou výbavou a pragmatickým přístupem k cenově dostupným a ekologickým automobilům. Vizualní identita vozů vyjadřuje tato sdělení a činí značku ještě přitažlivější. Dnešek je pro značku Dacia novým začátkem! Naše týmy fantasticky spolupracovaly na zavedení nové identity značky v celé modelové řadě Dacia. Díky přispění všech obchodních linií má nyní značka Dacia novou kůži, ale stále stejnou DNA. Tato změna je příležitostí ukázat, že náš způsob výroby automobilů může být stále stejně zásadní jako přitažlivý. ”

Lionel Jaillet, Product Performance Director Dacia

Zjednodušené logo je velmi symbolické pro zaměření značky na návrat k základům. Stejně tak emblém Dacia Link inspirovaný světem mechaniky evokuje jednoduchost a robustnost. Nese v sobě také symboliku spojení, které je silným prvkem komunity Dacia.

David Durand, Design Director Dacia

KOMPLETNĚ PŘEPRACOVANÁ MODELOVÁ ŘADA

Pravděpodobně poprvé v automobilovém průmyslu se nová vizuální identita zavádí současně pro celou modelovou řadu Dacia. Již 16. června budou moci zákazníci objednávat vozy s novou vizuální identitou.

Na to, aby zákazníci viděli nový vzhled na vlastní oči, si budou muset počkat do pařížského autosalonu v říjnu 2022 a první vozy se dostanou k prodejcům značky Dacia koncem roku 2022.

ZÍTRA PŮJDE DACIA JEŠTĚ DÁLE

Dvacet měsíců po představení strategického plánu *Renaulution* otevírá Dacia novou kapitolu své historie. Nové logo, nové koncese, nový design, nové barvy – dále značka posiluje svou atraktivitu. Dacia dnes znovu potvrzuje základní hodnoty, na kterých bude stavět při objevování nových území.



Skupina Renault představila 14. ledna 2021 nový strategický plán *Renaulution*, který určuje směr vývoje jednotlivých značek. Cíl, který byl pro značku Dacia definován, byl jasný: stát se lídrem v oblasti dostupné mobility, značkou toho nezbytného, podstatného.

Tento cíl a ambice jsou o to legitimnější, že se opírají o úspěšný příběh: Dacia prodala za osmnáct let 7,5 milionu vozů a je nyní třetí největší značkou v Evropě v prodeji soukromým osobám. Dacia nyní ztělesňuje novou modernitu, vizi automobilu, kterou podporuje rostoucí počet pragmatických zákazníků, kteří mají prostředky, ale dbají na rozumné utrácení, kteří se snaží spojit svobodu a jednoduché potěšení, jsou daleko od nadměrné spotřeby.

Dvacet měsíců po představení plánu *Renaulution* je Dacia na cestě otevřít novou kapitolu své historie. Dacia se rozhodla posílit svou atraktivnost a žádanost a zároveň si zachovat svou pozici "value for money". S ohledem na to značka v posledních měsících přijala novou identitu, nové logo, nová dealerství, nový design a nové barvy.

Nová kapitola značky Dacia, která byla symbolicky otevřena během akce "Brand Manifesto", jež se konala v Le Bourget ve dnech 13. až 15. září a během které byly několika stům mezinárodních novinářů představeny a potvrzeny tři hodnoty, jimiž se bude značka v nadcházejících letech řídit ve své činnosti a při navrhování svých produktů...

NEZBYTNÉ A ZÁROVEŇ „COOL“

Již osmnáct let nabízí Dacia motoristům to nejdůležitější a dokazuje, že to stačí.

Pojem a výraz slova "podstatné" se samozřejmě v průběhu času mění. Například klimatizace, která před osmnácti lety nebyla nezbytná, se nyní stala nezbytnou. Proč ale systematicky vybavovat vůz dvěma nebo třemi obrazovkami, když lze do vozu důmyslně integrovat chytrý telefon majitele, jako je tomu v případě systému Media Control společnosti Dacia, a zajistit tak základní funkce?

„Základní“ neznamena rustikální nebo strohý. Dacia je také důmyslná a kreativní. To platí i v praktické rovině, například díky novinkám jako Media Control nebo modulárním střešním nosičům, které nahrazují tradiční střešní nosiče prodávané jako příslušenství. Je to pravda i z hlediska designu, má skvělý vzhled... a to bez dalších nákladů!

V budoucnu Dacia posune užitečnou kreativitu ještě dál. Pokud jde například o rizika spojená s únavou za volantem, aplikace pro chytré telefony nabídne funkci, která sama navrhne, kdy a kde si udělat přestávku. Toto nové řešení vyvíjejí týmy společnosti Dacia ve spolupráci s ekosystémem Software Republic, jehož je Skupina Renault součástí.

Robustnost pro OUTDOORové aktivity

Spolehlivost a robustnost patří k "základům", na kterých Dacia postavila svůj úspěch. O tom svědčí i věrnost zákazníků: ve Francii si zákazníci značky Dacia ponechávají své vozy v průměru osm let a 60 % z nich si vůz Dacia koupí znovu. Zaručenou "best value for money" vozů Dacia dokládá i to, že zůstatková hodnota vozů Dacia je při dalším prodeji přibližně o 10 bodů vyšší než průměr konkurenčních běžných značek.

Díky této robustnosti a spolehlivosti jsou vozy Dacia ideální pro outdoorové aktivity, kterým se věnuje stále více zákazníků.

V budoucnu bude Dacia tento trend na trhu podporovat ještě více, a to konsolidací nabídky modelů určených speciálně pro jízdu mimo zpevněné cesty. Dacia pokračovat v nabídce výbav pro venkovní použití, jako je sada, která bude k dispozici v roce 2023 a která umožní během několika minut instalovat do vozu Jogger skutečné dvoulůžko, přičemž se zachová uložný prostor v zavazadlovém prostoru. Například pro čtyřčlennou rodinu bude možnost ke kabině připojit stan a zvětšit tak obytný prostor.

ECO-SMART: ekonomický a ekologický

Společnost Dacia chce sladit zájmy každého jednotlivce se zájmy celé společnosti. Například díky použití osvědčených technologií, které jsou proto pro zákazníka ekonomičtější, není třeba provádět nový vývoj na platformě CMF-B. Odstranění nadbytečných prvků v automobilech, ať už technologických nebo kosmetických, snižuje jejich hmotnost, a tím šetří palivo; dobrá zpráva pro peněženky majitelů i pro planetu. Jogger je o 300 kg lehčí než jeho hlavní sedmimístní konkurenti.

Rozsáhlé využívání recyklovaných materiálů je pro značku Dacia prioritou. Výsledkem je, že 12 % plastů použitých v modelu Duster pochází z recyklace, což je výrazně nad průměrem nových vozidel na evropském trhu. I v tomto případě spojujeme zájmy zákazníka se zájmy planety.

Zítřejší Dacia v používání recyklovaných plastů u svých modelů ještě dál. Cílem je, aby 20 % plastů v nové generaci modelu Duster pocházelo z recyklace. Této ambice bude dosaženo použitím recyklovaných plastů, a to nejen pro neviditelné díly, jak je tomu často dnes, ale také pro viditelné vnější díly. Dacia zahájila tento přístup "protisklizovou deskou" umístěnou pod předním nárazníkem modelu Sandero Stepway a nyní se posune o stupeň výš díky novému materiálu vyvinutému inženýry značky. Tento materiál se nazývá Starkle®, je vyroben z recyklovaných plastů a je šetrný k životnímu prostředí, robustní a elegantní.

zákaznická ZKLUŠENOST: jednoduchost

Nová kapitola v historii značky Dacia je doprovázena zásadní změnou způsobu, jakým značka komunikuje se svými zákazníky, aby jim nabídla ještě příjemnější zážitek, který je v souladu s hodnotami značky Dacia.

Základem kompletní přestavby prodejní sítě Dacia, která byla zahájena na jaře, jsou nové showroomy, které jsou navrženy tak, aby byly funkční, maximálně flexibilní, ekologicky odpovědné a ekonomicky přiměřené. Za tímto účelem vyvíjí Dacia kombinaci fyzických a digitálních nástrojů, zejména aplikaci rozšířené reality v chytrých telefonech.

"Dacia každý den přitahuje nové zákazníky, kteří hledají to, co je v dnešním světě snad nejcennější: to podstatné. Tito noví zákazníci usilují o rozumnou a odpovědnou společnost, o nový způsob pojetí automobilu. Vůz, který osloví obsahem, komfortem a vzhledem a který je zároveň zdaleka nejdostupnější: to je Dacia! To podstatné bez kompromisů, design bez dodatečných nákladů.

Denis Le Vot, generální ředitel značky Dacia

OBCHODNÍ VÝSLEDKY V 1. POLOLETÍ 2022:

DACIA POKRAČUJE V RŮSTU A POTVRZUJE SVÉ UMÍSTĚNÍ NA EVROPSKÝCH STUPNÍCH VÍTĚZŮ V PRODEJÍCH FYZICKÝM OSOBAM

- S 277 885 nově registrovanými vozidly na konci června 2022 se prodeje Dacie zvedly o 5,9 % ve srovnání s prvním pololetím roku 2021 na trhu postiženém krizí v oblasti zásobování.

Za tímto výsledkem stojí úspěch nejprodávanějších modelů Sandero (112 000 kusů, +1,8 % oproti 1. pololetí 2021) a Duster (99 000 kusů, +5,5 % oproti 1. pololetí 2021) a dvou nových modelů Spring (20 000 kusů) a Jogger (21 700 kusů).

Díky tomuto výsledku je Dacia jedinou evropskou značkou z 20 největších evropských značek vyrábějících osobní vozidla a lehká užitková vozidla, která zaznamenala růst.

- V Evropě Dacia posiluje své 3. místo na trhu osobních vozidel pro zákazníky z řad fyzických osob.

Sandero zůstává každoročně již od roku 2017 nejprodávanějším modelem pro zákazníky z řad fyzických osob v Evropě a Duster potvrzuje svou pozici nejprodávanějšího SUV pro zákazníky z řad fyzických osob v Evropě již od roku 2018. Tento úspěch je založen získání nových zákazníků (76 % lidí, kteří si koupili Dacii, měli dříve vozidlo jiné značky) a na udržení si stávajících zákazníků (64 % lidí, kteří měli Dacii, si koupili další Dacii) na nejlepší úrovni na trhu¹.

- Úspěch nových modelů je potvrzen výrazně vyšším počtem objednávek ve srovnání s registracemi nových vozidel.

Dacia Spring, 100 % elektrické městské vozidlo, i nadále zpřístupňuje elektromobilitu širokým vrstvám a eviduje v prvním pololetí tohoto roku v průměru více než 5 000 objednávek měsíčně.

Zcela nová Dacia Jogger, rodinné vozidlo, které je k dispozici s 5 a 7 místy k sezení, eviduje v prvním pololetí roku 2022 více než 50 000 objednávek.

- Nová identita pro všechny modely značky byla představena 15. června 2022, objednávky již byly otevřeny a vozidla se objeví v obchodní síti v průběhu 4. čtvrtletí roku 2022.

ROSTOU OBJEMY A PODÍLY NA TRHU

Objemy Dacie, které rostou o 5,9 % oproti předchozímu roku, dosahují v roce 2022 277 885 prodaných kusů na trhu, který je silně postižen epidemiologickou krizí a krizí v oblasti elektronických součástek. Ve své obchodní oblasti zvyšuje Dacia svůj podíl na trhu o 0,8 bodu na 3,9 % na trhu, který klesl o 14,6 %.

Růst značky Dacia je způsoben zejména úspěchem jejich nových výrobků. V prvním pololetí roku 2022 posiluje Dacia své 3. místo na evropském trhu osobních vozidel v prodeji fyzickým osobám.

Pokud se na situaci podíváme podrobně, tak Dacia je na stupních vítězů v prodeji osobních vozidel privátním zákazníkům: v Rumunsku (1. místo), v Portugalsku (1. místo), ve Francii (2. místo), v Itálii (3. místo), v Polsku (3. místo), v Chorvatsku (3. místo), v České republice (3. místo), v Maďarsku (3. místo). Značka je těsně pod stupni vítězů ve Španělsku (4. místo) a v Belgii (4. místo). V Německu si značka oproti prvnímu pololetí roku 2021 polepšila o 4 místa (9. místo) a zaznamenala 2. největší zlepšení na trhu osobních vozidel pro zákazníky z řad fyzických osob. Mimo Evropu udržuje Dacie své prvenství v Maroku.

Kumulované objednávky modelu Dacia Spring a modelů využívajících LPG (ECO-G, až o 10 % emisí CO₂ méně) představují přibližně každé druhé vozidlo (48 % objednávek v oblasti prodeje Dacie mimo Maroko). Tento mix si polepšil o 7 % oproti prvnímu pololetí roku 2021.

V CESKE REPUBLICE ZAZNAMENAVA ZNAČKA DACIA NEJDYNAMICTEJSI RUST MEZI 10 NEJVETSIMI ZNACKAMI CESKEHO TRHU

Obchodní výsledky značky Dacia v České republice se za první pololetí letošního roku nesou ve stejném pozitivním duchu jako ty evropské:

- s 4473 registrovanými osobními vozy ke konci června 2022 zaznamenává Dacia nejdynamičtější růst (+39 % oproti 1. pololetí 2022) mezi 10 největšími značkami v ČR,
- značka Dacia získala hned 4 místa v žebříčku osobních automobilů (TOP6) s podílem na trhu 4,5 % (+1,7 %),
- Dacia se umísťuje na 3. místě v prodeji privátní klientele s podílem na trhu 10,8 % a je 1. dováženou značkou v ČR,
- Na tomto výsledku se podílí celá modelová řada, neboť v červnu 2022 na trhu prodeje soukromým osobám zaujímá Dacia Duster 2. místo (nejprodávanější SUV), zcela nová Dacia Jogger 5. místo a Dacia Sandero 6. místo (nejprodávanější malý vůz),
- Dacia Jogger, nejdostupnější 7místný rodinný vůz na trhu (u našich prodejců od dubna 2022), zaznamenal za prvních 6 měsíců roku 2022 více než 2 000 objednávek.

SILNÁ VÝROBNÍ ŘADA OPÍRAJÍCÍ SE O ČTYŘI PILÍŘE

- Spring: na stupních vítězů 100 % elektrických vozidel na evropském trhu osobních vozidel pro zákazníky z řad fyzických osob²
- Sandero: nejprodávanější model na evropském trhu osobních vozidel pro zákazníky z řad fyzických osob od roku 2017
- Duster: nejprodávanější SUV na evropském trhu pro zákazníky z řad fyzických osob od roku 2018
- Jogger: 7místný rodinný vůz za nejlepší cenu na trhu, který se objednává nejvíce ve verzi s nejlepší výbavou (64 %)

„Růst a obchodní úspěchy Dacie na trhu, který je zjevně v recesi, potvrzují relevantnost jejího postavení založeného na nejlepším úrovní poměru mezi službami a cenou.

Elektromobily a verze LPG ECO-G tvoří téměř polovinu zákaznických objednávek v prvním pololetí roku 2022 a představují reakci na návrh Dacie týkající se na rozumnějšího využívání automobilů“.

Xavier Martinet, Ředitel marketingu, prodeje a obchodních operací značky Dacia



PRESS CONTACT

JITKA SKALIČKOVÁ

+420 602 275 168

jitka.skalickova@renault.cz

O ZNAČCE DACIA

Dacia, která se zrodila v roce 1968 a od roku 2004 byla uvedena na trh v celé Evropě a středomořských zemích, vždy nabízela vozy s nejlepším poměrem ceny a výkonu, přičemž neustále nově definovala to nejdůležitější. Dacia, která mění pravidla hry, nabízí jednoduché, víceúčelové a spolehlivé vozy, které jsou v souladu s životním stylem zákazníků. Modely Dacia se staly referencí na trhu: Duster, cenově nejdostupnější SUV, Spring, šampion dostupné elektromobility v Evropě, Sandero, nejprodávanější vůz mezi evropskými soukromými zákazníky. Dacia je značkou skupiny Renault, která je zastoupena ve 44 zemích. Od roku 2004 prodala Dacia více než 7 milionů vozů.