



Aktualności

RUMUŃSKA OFENSYWA

Dacia ma się świetnie! Do 2015 roku rumuńska marka chce podwoić sprzedaż i przymierza się do wprowadzenia na rynek 8 nowych modeli, zabezpieczając się w ten sposób przed nadejściem taniej konkurencji z Chin. „Kiedy 6 lat temu na rynek wchodził Logan pod hasłem auta za 5 tys. euro, niewiele osób wróżyło mu sukces, a przynajmniej nie na taką skalę. Co prawda, kwota ta dotyczyła tylko bazowej wersji na wybranych rynkach, lecz nawet modele sprzedawane w Europie Zachodniej, droższe minimum o 2 tys. euro, zdobyły uznanie klientów, zwłaszcza w czasie kryzysu. „Nie straciliśmy tego poziomu cenowego z oczu” - podkreśla Patrick Pelata, dyrektor generalny Renault odpowiedzialny również za rumuńską markę. „Mogę sobie wyobrazić, że w najbliższej przyszłości wzrośnie zapotrzebowanie na przystępne cenowo auta miejskie i Dacia nie może przegapić takiej szansy” – dodaje.



To jasna zapowiedź wejścia do segmentu mini, ale na tym firma nie poprzestanie. Wiadomo już, że plany produktowe przewidują poszerzenie oferty w sumie do 8 linii modelowych do 2015 roku. Jest to na tyle istotne, że zgodnie z planami szefa koncernu Carlosa Ghosna przejęty przez Renault w 1998 r. producent z Pitesti chce w tym czasie podwoić wolumen sprzedaży. Już w tym roku na światowe rynki trafi w sumie 650 tys. aut z logo rumuńskiej marki, a granica miliona sztuk ma zostać przekroczona w ciągu kolejnych czterech lat. Patrick Pelata zapewnia, że Dacia nie popełni błędów zmiany pozycjonowania w górę każdej nowej generacji modelu i pozostanie wierna cechom, którym zawdzięcza sukces „szczególnie w tych segmentach, gdzie klient zanim wyda złotówkę, obejrzy ją dokładnie z każdej strony”. Jak widać, dobry pomysł na biznes to gwarancja sukcesu. Oferując przystępne cenowo modele w kolejnych segmentach rynku, Dacia trafia w gusta klientów, którzy od samochodu oczekują praktyczności, niezawodności, gwarancji mobilności i niskich kosztów eksploatacyjnych.

Auto Świat 2010/11/22

Dacia ostro w górę, Fiat w dół

Duży wzrost sprzedaży w październiku zapowiada, że wyniki za 2010 rok będą lepsze od ubiegłorocznych. Październik okazał się bardzo dobry dla sprzedaży aut. Według Instytutu Samar z polskich salonów wyjechało 30 380 samochodów osobowych. To prawie 9 proc. więcej niż we wrześniu i o ponad jedną piątą więcej niż w październiku 2009 roku. Wynik sprzedaży za pierwszych dziesięć miesięcy bieżącego roku jest co prawda minimalnie słabszy (0,4 proc.) niż rok temu – do końca października sprzedano 263,7 tys. aut, ale we wrześniu analogiczna różnica była dużo głębsza (2,5 proc.).

Rzeczpospolita 2010/11/06

W skrócie

Dacia SUV-em roku 2011 w Rumunii

Związek Dziennikarzy i Wydawców Motoryzacyjnych w Rumunii przyznał tytuł SUV-a roku 2011 Dacii Duster. Jury składało się z 22 dziennikarzy i wydawców z branży motoryzacyjnej różnych mediów – prasy, radia, telewizji i Internetu. Byli to przedstawiciele mediów zarówno lokalnych, jak i ogólnokrajowych. W końcowej klasyfikacji Dacia Duster uzyskała aż 133 punkty. W Porównaniu z dwoma autami z kolejnych stopni podium, to szokująco dużo. BMW X3 przyznano 67 punktów, a Kia Sportage uzyskała 62 oczka. Oznacza to, że Duster zbierał więcej oczek, niż dwa samochody sklasyfikowane bezpośrednio za nim! Tytuł SUV-a roku jest drugą nagrodą dla Dastera przyznaną w Rumuni przez specjalistów z branży motoryzacyjnej. Niedawno informowaliśmy o przyznaniu temu modelowi tytułu Najlepszego SUV-a 4x4 w Rumunii.

www.francuskie.pl 2010/11/09



Milionowa Dacia Logan

Rumuńska fabryka Dacii wyprodukowała milionowy egzemplarz modelu Logan. Pomimo upływu czasu, rumuński samochód cieszy się sporym zainteresowaniem klientów. Po raz pierwszy Dacia Logan została zaprezentowana szerokiej publiczności w 2004 roku. Niskobudżetowy samochód powstał z myślą o rynkach rozwijających się. Logan w swojej historii był już dwa razy poddawany liftingowi. Pierwszy z nich miał miejsce w 2006 roku i ograniczył się do drobnych poprawek. W 2008 roku samochód gruntownie zmodernizowano. Od tej pory auto funkcjonuje pod nazwą Nowy Logan. Jubileuszowy egzemplarz Logana to sedan w kolorze białym.

www.moto.onet.pl 2010/10/19



Aktualności

Kontynuacja współpracy z Bankiem Żywności

Mniej więcej rok temu informowaliśmy o przekazaniu przez Dację 13 sztuk samochodów Logan Van do obsługi Banku Żywności we współpracy z Rumuńskim Czerwonym Krzyżem. Okazuje się, że Dacia kontynuuje tę współpracę. Firma wchodząca w skład Grupy Renault w dalszym ciągu będzie wspierać działania RCK i Banku Żywności, które starają się pomagać ludziom z niewielkimi dochodami, albo całkowicie pozbawionym. Dzięki zbiórkom żywności w sklepach, znanych zresztą z wielu innych krajów, również z Polski, żywność o długim terminie przydatności do spożycia jest magazynowana w Banku Żywności, gdzie się ją sortuje i przekazuje bezpośrednio najbardziej potrzebującym. Głównymi beneficjentami akcji pomocowej są osoby starsze, rodziny wielodzietne i ubogie, rodziny niepełne oraz dzieci niepełnosprawne z rodzin o niskich dochodach. W ostatnią sobotę, 25 września, Dacia została doceniona na Gali Rumuńskiego Czerwonego Krzyża za pomoc okazaną całej akcji. Przypomnijmy, że Dacia przekazała na potrzeby kampanii trzynaście Loganów w wersji van, które transportują dary bezpośrednio do osób potrzebujących, wskazanych przez organizatorów akcji.

www.francuskie.pl 2010/10/01

Długi dystans

„Lubię proste, szczerze samochody i Duster pasuje mi bez zastrzeżeń. Nie boję się, że ktoś go zarzysuje na parkingu i potem dostanę ataku serca, nie boję się, że jego pancerne zawieszenie jakoś narusza fałdy polskiego asfaltu. Widoczność z kabiny jest wysmienita, hydraulicznie wspomagany układ kierowniczy nie irytuje tak jak elektryczne w droższych od Dustera autach, a pokrywa silnika wsparta jest sprężyną gazową! Bonus: zamiast reduktora Duster ma krótką jedynkę, więc na śliskiej nawierzchni można z szybszymi autami wygrać wyścig spod świateł. Super!”

[Top Gear](http://www.TopGear.com) 2010/12/01

DACIA DUSTER z cenną nagrodą



Dacia Duster zdobyła tytuł „Dobry Produkt 2010” przyznany na podstawie Ogólnopolskiego Badania Postaw i Preferencji Konsumentek zorganizowanego przez redakcję Forum Biznesu w „Dzienniku Gazecie Prawnej”. Ogólnopolskie Badanie Postaw i Preferencji Konsumentek „Dobry Produkt 2010” zostało zrealizowane przez Zakład Badań Naukowych Polskiego Towarzystwa Socjologicznego w Warszawie. Patronat i opiekę merytoryczną nad badaniem objął Instytut Filozofii i Socjologii Polskiej Akademii Nauk.



Badanie zostało przeprowadzone na próbie 850 gospodarstw domowych w 5 największych miastach w Polsce - Warszawie, Krakowie, Łodzi, Wrocławiu i Poznaniu. Respondenci odpowiadali na pytanie: które marki produktów uważają za dobre w danej kategorii. Dacia Duster została wyróżniona tytułem „Dobry Produkt 2010” w kategorii samochodów osobowych z segmentu C. W tym roku marka Dacia charakteryzowała się jedną z największych dynamik wzrostu w Europie wśród marek motoryzacyjnych. Dacia stała się fenomenem społecznym, który przyczynił się do powstania nowego stylu konsumpcji na rynku samochodowym określanego, jako „Dacia attitude” - wysokiej jakości samochody po przystępnej cenie. Dacia w ciągu zaledwie 6 lat stała się marką, która podbiła rynki wielu krajów. Od momentu wprowadzenia do sprzedaży modelu Duster w kwietniu 2010 roku, na świecie złożono zamówienia na ponad 85 tysięcy egzemplarzy tego auta. W Polsce Dacia Duster stanowi najbardziej atrakcyjną ofertę cenową na rynku. Wydatek rzędu 39 900 zł za wersję 4x2 lub 49 900 zł za wersję 4x4 jest bezkonkurencyjny w tym segmencie. Dacia znana jest również z niskich kosztów eksploatacji i serwisu - auto jest wyposażone w silniki o niskim zużyciu paliwa, a koszty obsługi technicznej są stosunkowo niewielkie. Od kwietnia (miesiąc wprowadzenia do sprzedaży) do listopada br. w Polsce sprzedano już 1510 egzemplarzy Dacii Duster.

www.moto.onet.pl 2010/12/14

Liczba miesiąca: 350

Dacia zanotowała sprzedaż w roku 2010 niemal 350 tys. samochodów, co oznacza wzrost w stosunku do roku 2009 o 12%! To już szósty raz z rzędu, jak marka notuje ponad 10-procentowy wzrost rok do roku. Jednocześnie Dacia zwiększa swój udział w rodzimym rynku. Znakomicie radzi sobie także na rynkach Europy Zachodniej, w tym w krajach, do których początkowo nawet nie myślano wprowadzać tej taniej marki: Francja, Niemcy i Włochy zdominowały eksport. Trafiła na nie niemal połowa całej ubiegłorocznej sprzedaży Triumfy na całym świecie, w tym duże zainteresowanie także w Polsce, święcił nowy model w gamie Dacii, pierwszy SUV w historii tej marki, czyli Duster. Wprowadzony na rynek wiosną ub.r. sprzedał się już w ilości przeszło 67 tys. egzemplarzy.

www.francuskie.pl 2010/01/12



Na czym polega FENOMEN DACII ?

Dacia stała się fenomenem społecznym, który przyczynił się do powstania nowego stylu konsumpcji na rynku samochodowym określanego, jako Dacia attitude – wysokiej jakości samochody po przystępnej cenie. W 2010 roku marka Dacia charakteryzowała się jedną z największych dynamik wzrostu w Europie wśród marek motoryzacyjnych. Renault zamierza zwiększyć sprzedaż Dacii o 50 proc. w ciągu czterech lat, korzystając ze zwiększonego popytu na tańsze samochody w Europie i konsekwentnie rozszerzając ofertę swoich produktów.

Dacia w ciągu zaledwie 6 lat stała się marką, która podbiła rynki wielu krajów. Niezwykłe dynamiczny wzrost sprzedaży marki Dacia jest odzwierciedleniem zmiany mentalności nabywców. Wcześniej klienci mieli opory przed zakupem taniego samochodu, dziś - według badania firmy Cétélem przeprowadzonego w 2010 roku na najważniejszych rynkach europejskich - średnio 29 proc. klientów mających zamiar kupić nowy samochód chce przeznaczyć na ten zakup poniżej 8 tys. euro. Relacja jakości do ceny nabrała z pewnością większego znaczenia pod wpływem kryzysu gospodarczego, uwidaczniając trwałą tendencję, aby konsumować mniej, ale lepiej. Dacia potrafiła uprzedzić zmianę mentalności wprowadzając na rynek gamę niezawodnych samochodów o bezkonkurencyjnym stosunku ceny do parametrów użytkowych.



W ciągu ośmiu pierwszych miesięcy 2010 roku Dacia sprzedała 221 092 samochodów osobowych na całym świecie, co daje wzrost o 12,1 proc. w stosunku do roku 2009 i przekłada się na 0,6 proc. udziału w światowym rynku. We Francji Dacia zajmuje szóste miejsce z udziałem w rynku na poziomie 5,1 proc. przy wzroście sprzedaży o 118,4 proc. Jest również pierwszą marką w Rumunii, a jej udział w rynku wzrósł o 2,5 punktu do 33 proc. Marka Dacia bije rekordy popularności w Zachodniej Europie. W Polsce Dacia Duster również nie ma konkurencji – wydatek rzędu 39 900 zł za wersję 4x2 lub 49 900 zł za wersję 4x4 jest najbardziej atrakcyjną ofertą cenową na rynku. Dacia znana jest również z niskich kosztów eksploatacji i serwisu, o czym klienci często zapominają przy wyborze auta. Model Duster jest wyposażony w silniki o niskim zużyciu paliwa, a koszty obsługi technicznej są niewielkie.

Użytkownicy Dacii to również ludzie bardzo zadowoleni ze swoich samochodów. W badaniu JD Power VOSS przeprowadzonym w 2010 roku Dacia plasuje się na czwartym miejscu we Francji (za Hondą, Mercedesem i BMW), a w Niemczech dzieli drugie miejsce na podium z BMW.

W skrócie

Terenowa Dacia zgarnia nagrody

Nagroda Autobest 2011 za najlepszą ofertę samochodową na rynku w 2010 roku została przyznana Dacii Duster. W skład jury Autobest wchodzi 15 dziennikarzy z branży motoryzacyjnej. Dacia Duster, będąca w sprzedaży od wiosny 2010 roku na terenie Europy, Turcji i krajów Maghrebu, odniosła ogromny sukces na wszystkich tych rynkach, czego dowodem jest ponad 60 tys. sprzedanych egzemplarzy. Dzięki swoim możliwościom off-roadowym oraz atrakcyjnemu stosunkowi ceny do ilości miejsca, Dacia Duster szybko zdobyła uznanie klientów poszukujących niezawodnego i przystępnego cenowo auta terenowego. Duster jest samochodem przeznaczonym na rynku całego świata i produkowanym na różnych kontynentach.



W 2011 roku pojawi się pod marką Renault na kolejnych rynkach: w krajach Zatoki Perskiej, które zaopatrywać będzie rumuńska fabryka w Pitesti; w Brazylii i w Argentynie, które obsługiwać będzie brazylijska fabryka w Kurytybie. Następnie auto trafi na rynek rosyjski, z produkcją ulokowaną w fabryce Avtoframos (Moskwa); I wreszcie na rynkach: Kolumbii, Meksyku i Chile, na które auto trafiać będzie z zakładu w Medellin (Kolumbia). Nagroda Autobest 2011 jest nagrodą za najlepszą dostępną na rynku ofertę samochodową proponowaną przez producenta samochodów w 2010 roku. Członkowie jury Autobest klasyfikowali poszczególne modele w oparciu o 13 różnych kryteriów, łącznie ze zużyciem paliwa, wszechstronnością, ilością miejsca w kabinie i stylistyką. W każdej z tych kategorii przyznawano określoną ilość punktów. Dacia Duster otrzymała 863 punkty na 3600 możliwych do uzyskania. Dziesięciu spośród członków jury umiejscowiło Dacii Duster na pierwszym miejscu w swojej klasyfikacji. Członkowie jury Autobest pochodzą z następujących 15 krajów: Bułgaria, Chorwacja, Cypr, Czechy, Macedonia, Malta, Polska, Rosja, Rumunia, Serbia, Słowacja, Słowenia, Turcja, Ukraina i Węgry. Nagroda Autobest jest przyznawana od 2000 roku.

www.moto.onet.pl 2010/12/15

www.moto.onet.pl 2010/11/17



Aktualności

Nie do wiary

Hit rynkowy! W kryzysowych czasach łatwiej znaleźć samochód niż klienta na jego zakup. Ale istnieją auta, po które ustawiają się kolejki. Choćby niektóre modele Porsche czy Ferrari. I ... Dacia Duster. Na terenie dawnych „demoludów” ludzie nie najmłodszego pokolenia jednoznacznie kojarzą auta pochodzące z rumuńskiej fabryki Dacia, jako produkt niedrogi, ale o marnej jakości. Dziś Dacia, wchodząca w skład koncernu Renault, robi auta zupełnie inne i o zupełnie innej jakości. Ale nadal za bardzo umiarkowane pieniądze, czym do wściekłości doprowadza konkurencję i wchodzi na nowe i to wymagające rynki. Dotychczas były to auta osobowe - Sandero i rewelacyjnie przyjęty Logan. Teraz Dacia podnosi wzrok na nieco wyższą półkę - trudniejszych technicznie, czteronapędowych, półterenowych SUV-ów. To auta bardziej skomplikowane, a więc z zasady droższe. Dziś Dacia proponuje zbudowanego z francuskich i japońskich podzespołów, ładnego i zgrabnego SUV-a za bardzo umiarkowane pieniądze. Za kwotę rzędu 50 tys. zł oferowany jest całkiem udany i uniwersalny samochód czteronapędowy; model z napędem na przednie koła kosztuje 39 900 zł. Patrząc na rynkowe sukcesy Dacii, trzeba przyznać, że rumuński producent eksportując obecnie auta do wielu krajów naprawdę skutecznie zmienił swój image. Oczywiście Duster to nie jest auto rewelacyjne, za to jedyne w tej klasie rewelacyjnie tanie. Motoryzacja to nie „wały wykorbione”, ale gra rynkowa. I trzeba umieć w nią grać.

[Auto Motor i Sport 2010/11/01](#)

Duster w finale Car Of The Year 2011

Szesty samochód w ofercie nowożytnego Dacii, model Duster, dotarł do ścisłego finału konkursu European Car of the Year 2011. „Jesteśmy dumni z faktu, że Dacia Duster jest jednym z siedmiu finalistów najbardziej prestiżowego konkursu motoryzacyjnego w Europie. Ten wybór potwierdza podstawowe cechy rumuńskiego produktu, tak poszukiwanego na wymagających rynkach Niemiec, Francji, czy Włoch. Z ponad 80.000 zamówień (w niewiele ponad pół roku – przyp. red.) Duster jest wielkim ambasadorem Rumunii i marki Dacia” - powiedział Fabrice Cambolive, Dyrektor Handlowy Renault-Nissan-Dacia.

[www.francuskie.pl 2010/11/03](#)



DACIA LOGAN

W SAM RAZ DO MAŁEJ FIRMY

Prostota i atrakcyjna cena to chyba najlepiej charakteryzujące Dacie Logan cechy. Dacia Logan oferowana jest w Polsce, jako czterodrzwiowy sedan i kombi MCV, ale nie tylko – do dyspozycji potencjalnych klientów jest też wersja Pick-up oraz Van. Podstawową różnicą między tymi samochodami jest oczywiście ich przeznaczenie.

Zacznijmy od ceny, która jest elementem wyróżniającym Dacie na naszym rynku. Późno, bowiem szukać u któregośkolwiek z konkurentów auta o porównywalnej ładowności i przestrzeni ładunkowej w cenie zbliżonej do ceny Dacii Logan Van. Ceny Logana w wersji Van w cenniku promocyjnym zaczynają się bowiem od 26 680 zł netto w wersji podstawowej. Na zakup najdroższej wersji Dacii Logan Van przeznaczyć trzeba z kolei 35 369 zł netto. Nie jest to cena wygórowana jak za nowe auto, które ma być narzędziem pracy. Dacia Logan w wersji Van oferuje swoim użytkownikom skrzynię ładunkową o długości 1,94 m - jest to kolejny element wyróżniający Logana, który, mimo że jest niższy od konkurentów, to jednak dzięki odpowiedniej długości ma 2.5 m³ pojemności oraz 800 kg ładowności. Taka pojemność i ładowność z powodzeniem sprostają oczekiwaniom np. firm usługowych, które muszą przewieźć narzędzia niezbędne do wykonania usługi, czy np. firm, które potrzebują przewieźć niewielkie ilości towarów do klienta lub na potrzeby własnej działalności.



Wnętrze kabiny kierowcy i pasażera jest niezwykle proste - do tego stopnia proste, że aby otworzyć szybę, musimy użyć korbki - nie jest to oczywiście żaden problem, ale przyznać trzeba, że rozwiązanie to nie należy do nowoczesnych. Pamiętajmy jednak - Logan kosztuje naprawdę niewiele. Poza tym wnętrze Logana Van jest identyczne jak w wersji Pick-up. W kabinie wszystkie elementy sterujące - a w związku z prostotą Logana nie ma ich wiele - umieszczone są w zasięgu rąk kierowcy. Według zapewnień producenta, zużycie paliwa w przypadku zastosowanych silników dCi 68 i dCi 85 Eco2 wynosi odpowiednio 5,3 l/100 km i 5,2 l/100 km. Logan Van jest więc konkurencyjny nie tylko jeśli chodzi o cenę zakupu, ale również jeśli chodzi o koszty utrzymania na tle innych pojazdów dostawczych, a to w firmie liczy się z pewnością. Podsumowując - trzeba przyznać, że jeśli zależy nam na nowym aucie dostawczym, które ma być po prostu narzędziem pracy i równocześnie ma to być narzędzie w bardzo przystępnej cenie, to Dacia Logan spełnia te kryteria. To auto, które z czystym sumieniem można polecić dla małych i średnich firm.