

DACIA

Communiqué de presse

URDORF, LE 14 JANVIER 2021

DACIA, ENCORE ET DAVANTAGE

- **Un nouveau chapitre de la saga Dacia basé sur un business model solide, renforcé et particulièrement efficace**
- **La création de la nouvelle business unit Dacia-Lada pour accroître la compétitivité de Dacia grâce à l'exploitation des synergies d'ingénierie et de fabrication avec Lada**
- **Dacia Bigster Concept qui incarne l'évolution de la marque Dacia vers de plus hauts sommets, en brisant le plafond de verre du segment C**
- **Dacia reste Dacia, plus accessible que jamais, avec une touche de fraîcheur.**

Lors de la présentation par le Groupe Renault de son plan stratégique Renaulution, la marque Dacia a levé le voile sur sa stratégie pour les cinq années à venir. Avec la création de la business unit Dacia-Lada, Dacia va pouvoir accroître son efficacité et sa compétitivité, et aller encore plus loin en terme de marchés et de produits, notamment sur le segment C. Bigster Concept préfigure l'ouverture de la gamme Dacia à de nouveaux horizons.

« Dacia sera toujours Dacia et va continuer de proposer des modèles fiables et qui font sens pour les clients, l'achat malin au meilleur rapport prix-valeur. Avec la création de la business unit Dacia-Lada, nous allons exploiter au maximum la plateforme modulaire CMF-B, renforcer notre efficacité et accroître encore la qualité, la compétitivité et l'attrait de nos produits. Nous avons ainsi toutes les cartes en main pour aller vers de plus hauts sommets. Bigster Concept en montre le chemin. »

Denis Le Vot, Directeur Général des marques Dacia et Lada, lors de la présentation du plan Renaulution

UN BUSINESS MODEL A TOUTE EPREUVE, UNIQUE ET EFFICACE

Depuis près de 15 ans, Dacia propose des véhicules contemporains, simples et attractifs. S'appuyant sur un savoir-faire inégalé, Dacia bénéficie, au meilleur coût, des briques technologiques éprouvées et des synergies du Groupe Renault et de l'Alliance Renault-Nissan-Mitsubishi.

Connu pour son modèle de distribution simple, Dacia s'est forgé un nom dans 44 pays, avec plus de 7 millions de véhicules vendus et de nombreux best-sellers. Au près des clients particuliers d'Europe, année après année, Sandero continue d'être le véhicule le plus vendu tous segments confondus et Duster le SUV numéro un.

En phase avec son époque, Dacia a ainsi toujours su proposer la bonne équation. Afin de la renforcer et de continuer à offrir des véhicules adaptés aux réels besoins des clients ainsi qu'aux nouveaux défis du secteur automobile, Dacia va s'appuyer sur :

- Une approche design to cost sobre et rigoureuse dans le développement de ses produits ;
- une business unit Dacia-Lada dédiée, soutenue par un groupe automobile mondial, notamment en termes de technologies, afin d'accroître le potentiel de synergie et de carry over ;
- l'utilisation par Dacia et Lada de la plateforme CMF-B de l'Alliance, compétitive et extrêmement flexible, qui va permettre de passer de 4 plateformes à 1 seule et de 18 caisses à 11 ;
- des véhicules basés sur cette plateforme qui pourront être équipés de moteurs à énergie alternative ou hybrides, garantissant la conformité avec l'évolution des réglementations et répondant aux attentes de nos clients ;
- une gamme compétitive, élargie et modernisée avec le lancement en 2021 des nouvelles Sandero et Logan, mais aussi Spring, la citadine 100% électrique la plus abordable d'Europe, et enfin 3 nouveaux modèles à venir d'ici à 2025 ;
- l'entrée de plain-pied sur le segment C, symbolisée par Bigster Concept.

DACIA BIGSTER CONCEPT, UN VENT DE FRAICHEUR SUR LE SEGMENT C

Fidèle à l'esprit Dacia, Bigster Concept est un véhicule de 4,6 m robuste et spacieux. Avide de plein air et de routes poussiéreuses, il offre sans superflu tout ce qui est essentiel pour un SUV de son segment. Ce SUV est la recette de Dacia qui va rendre le segment C accessible, au prix d'un véhicule du segment inférieur.

« Dacia Bigster Concept incarne l'évolution de la marque. Essentiel avec une touche de fraîcheur et un esprit outdoor. Il prouve que l'accessibilité n'est pas opposée à l'attractivité. Chez Dacia, nous en sommes convaincus, et cette voiture en est la preuve. »
Alejandro Mesonero-Romanos, Directeur du Design Dacia

Bigster Concept a dans ses gènes les valeurs fortes de la marque, celles qui lui ont permis, année après année, d'établir une relation forte avec la communauté de clients et de fans : simplicité, honnêteté et authenticité.

Les proportions de Dacia Bigster Concept sont à la fois contemporaines et intemporelles. D'emblée, elles évoquent la robustesse. Les lignes sont simples et rassurantes. Elles ne cachent aucun faux semblant.

Ses volumes extérieurs sont la promesse d'une habitabilité intérieure généreuse, au meilleur niveau pour la catégorie. Sa signature lumineuse en Y s'élargie, pour un look SUV à la fois affirmé et assumé.

Sa couleur, vert foncé, conforte son côté baroudeur et aventurier ; un esprit de liberté déjà profondément emblématique de l'ADN de la marque.

Nul besoin d'artifices ou de superflu, de chrome ou de faux aluminium, Bigster Concept c'est l'essentiel d'un SUV authentique avec des choix forts, comme par exemple l'utilisation systématique de plastiques recyclés bruts pour les éléments de protection extérieure.

Future figure de proue de la gamme Dacia, il pourrait recevoir des motorisations alternatives et hybrides grâce à sa plateforme, permettant à la marque d'être pleinement en phase avec les attentes de nos clients ainsi que les évolutions des réglementations.

Avec Bigster Concept, Dacia devient synonyme d'évasion, afin de permettre aux clients de vivre des expériences uniques, vraies, simples. Plus que jamais, Dacia incarne cette liberté de déplacement, et symbolise un acte d'achat réfléchi, centré sur les besoins réels des clients et leurs aspirations premières. Une consommation qui a du sens. Une marque Dacia toujours aussi essentielle et plus que jamais attractive.

* * *

À PROPOS DE DACIA

Dacia est une marque du Groupe Renault, présente dans 44 pays, principalement en Europe et sur le pourtour méditerranéen. Née en Roumanie en 1968, la marque a été rachetée par le Groupe Renault et relancée en 2004, avec Logan. Dacia propose des voitures au meilleur rapport valeur-prix du marché. Grâce à ses modèles emblématiques – Logan, Sandero et Duster – la marque a rencontré un vif succès commercial. À aujourd'hui, Dacia a vendu plus de 7 millions de véhicules.

Contacts:

Karin Kirchner

Directrice de la communication

karin.kirchner@renault.ch – +41 (0) 44 777 02 26

Maryse Luchtenborg

Attachée de communication

maryse.luchtenborg@renault.ch – +41 (0) 44 777 02 26

DACIA

www.dacia.ch