

## Mediabericht

15 mei 2020

# Dacia, 15 jaar succes in Europa

- **Unieke positie in de auto-industrie**
- **6,4 miljoen voertuigen verkocht in Europa sinds 2005**
- **Een marktaandeel van 3,8% in 2019 in Europa**
- **Dacia viert jubileum met Série Limitée 15th Anniversary-uitvoeringen**
- **Beschikbaar met aantrekkelijke TCe 100 Bi-Fuel motor (Benzine + LPG)**

Van een enkel model tot een uitgebreid, gevarieerd assortiment en 6,5 miljoen klanten – sinds 2005 heeft Dacia de autosector getransformeerd. We kijken terug op vijftien jaar succes: van de lancering van de Logan tot de onthulling van de 100% elektrische Spring Concept.

### **Het ontstaan van een revolutionair, betaalbaar model**

Dacia werd in 1966 opgericht in Roemenië en had direct vanaf het begin al een sterke connectie met Renault. Het eerste model kwam alleen in het thuisland op de markt: de Dacia 1100. Deze auto was grotendeels gebaseerd op de Renault 8 en werd gebouwd met onderdelen uit Frankrijk.

In 1999 nam Groupe Renault de Roemeense fabrikant over met een duidelijke visie: de expertise en geografische ligging van Dacia benutten, om zo de voordeligste sedan in het dan opkomende Oost-Europa op de markt te brengen. Een zeer ambitieuze doelstelling die Groupe Renault wist te bereiken door buiten de gebaande paden te treden.

Voor het eerst in de auto-industrie werd de 'design to cost'-methode toegepast om een auto te creëren tegen een bepaalde streefprijs. Deze methode was destijds revolutionair. Zonder concessies te doen aan betrouwbaarheid en veiligheid werd kostenoptimalisatie een vereiste in elke ontwikkelingsfase van de auto. De uiteindelijke verkoopprijs van de auto werd in elke stap van de ontwikkeling meegenomen. Daarnaast werden extra kosten bespaard door het gebruik van beproefde technologie van Groupe Renault. Van het eerste ontwerp tot de uiteindelijke productie opereerden de Dacia-projectteams als een start-up: beginnen vanaf nul en werken met een klein budget.

In 2004 werd de Dacia Logan onthuld. Deze auto bood zeeën ruimte en alle essentiële voorzieningen voor een uitzonderlijk scherpe verkoopprijs. Het revolutioneerde de automarkt en bracht een splinternieuw model binnen handbereik van een groot publiek. Dankzij de verkoopprijs die vergelijkbaar is met die van een tweedehands auto, was de Logan zodanig succesvol, dat die vanaf 2005 in heel Europa te koop was. Vandaag de dag is de iconische Dacia Logan nog steeds op de markt met een totale verkoop van 1,8 miljoen exemplaren.

## Een winnend trio

Gesteund door het succes van de Logan breidde Dacia het aanbod in 2008 uit met de Sandero en de crossover-variant Sandero Stepway. In 2010 begon een nieuwe revolutie met de introductie van de Dacia Duster. Dit populaire model heeft het SUV-segment – dat voorheen alleen uit topmodellen bestond – aanzienlijk toegankelijker gemaakt. Beide nieuwe modellen zijn uitgegroeid tot een groot commercieel succes, doordat Dacia trouw is gebleven aan de waarden die het merk zich eigen heeft gemaakt: ruim, eenvoudig, robuustheid en een onverslaanbare prijs.

De Dacia Sandero (inclusief Sandero Stepway) was in 2018 de bestverkochte auto in Europa in de particuliere markt. In totaal zijn er 2,1 miljoen exemplaren verkocht sinds de introductie. Van de Dacia Duster zijn er 1,6 miljoen stuks verkocht sinds 2010.

Dacia blijft inspelen op de essentiële behoeften van klanten met eenvoudige, betrouwbare en robuuste auto's, zonder overdaad. In 2007 breidde Dacia het aanbod verder uit met de Logan MCV (stationwagen) en in 2012 met de Lodgy (MPV) en Dokker (MPV en bestelwagen).

Dankzij de enthousiaste klanten geniet het merk bovendien van een actieve gemeenschap van fans en ambassadeurs. Dacia is nu het vijfde bestverkochte merk in Europa in de particuliere markt. Er zijn een hoop (kilo)meters gemaakt!

Vandaag trakteert Dacia zichzelf op een jubileumeditie met de nieuwe carrosseriekleur Blue Iron en opvallende '15'-badges aan de buitenkant. Deze Série Limitée 15th Anniversary op basis van de populaire Stepway is leverbaar vanaf € 16.430 incl. btw en bpm. Lees [hier](#) het volledige persbericht over de Série Limitée 15th Anniversary.

## Behoeften van morgen

De eisen van klanten en de manier waarop we auto's gebruiken, veranderen. Dacia is een modern merk dat luistert naar klanten en zich bewust is van de uitdagingen van toekomstige mobiliteit. Als antwoord op de milieuitdagingen levert Dacia op de meeste personenmodellen een Bi-Fuel-uitvoering (benzine en LPG) aan.

Voortbouwend op tien jaar expertise van Groupe Renault heeft de volgende Dacia-revolutie betrekking op betaalbare elektrische voertuigen. In maart 2020 werd de elektrische Dacia Spring Concept onthuld, de eerste volledig elektrische Dacia. Bovendien wordt dit de eerste stadsauto die het Dacia-logo zal dragen! Het vijfdeursmodel met vier zitplaatsen heeft een actieradius van bijna 200 km.

De elektrische Spring is het bewijs dat Dacia ook duurzame mobiliteit voor iedereen kan beloven en trouw blijft aan zijn uitgesproken waarden. Dacia is de afgelopen vijftien jaar een gamechanger geweest in de auto-industrie, maar de revolutie is nog lang niet ten einde.

## Contact

**Perscontact:** [pr@dacia.nl](mailto:pr@dacia.nl)

**Internetsites:** [www.dacia.nl](http://www.dacia.nl) – [media.dacia.nl](http://media.dacia.nl)

Facebook: [facebook.dacia.nl](https://www.facebook.com/dacia.nl) – Twitter: [twitter.dacia\\_nl](https://twitter.com/dacia_nl)