

□ Pentru prima oară din 2007, vânzările Dacia au crescut în volum iar marca și-a accentuat poziția de lider, ajungând la o cotă de piață de peste 31%.□



- Internațional: Creștere puternică a vânzărilor, în special în Europa Occidentală.
- După reînnoirea totală a gamei de modele, Dacia lansează în 2014 un program de transformare profundă a rețelei sale comerciale din România.

2013 a fost un an excepțional pentru Dacia, vânzările sale ajungând la 429 540 de vehicule, în creștere de 19,3% față de anul anterior, când fusese atins precedentul record comercial al mărcii.

Această performanță intervine în contextul în care principalele piețe auto unde Dacia este prezentă au cunoscut scăderi ale cererii pentru vehicule noi (-1,7% în Europa, -3% în regiunea Eurasia).

Revenire la creștere în România

Pe o piață în prăbușire liberă, aflată la cel mai scăzut nivel de la începutul anilor 2000, Dacia a reușit să-și sporească cu 12,4% volumul vânzărilor, până la 24 890 de unități.

Această performanță a permis mărcii Dacia să câștige 5,4 puncte de piață și să încheie anul cu o cotă de 31,6% din vânzările totale de vehicule noi. România este, de altfel, țara în care Dacia deține cea mai mare cotă de piață din lume.

Acest rezultat se explică, în parte, prin reînnoirea completă a gamei de modele, 2013 fiind anul în care au fost lansate pe piață noul Logan MCV și noul Duster.

La fel de important, Dacia a reușit în 2013 să marcheze puncte în competiția comercială adaptându-și strategia la principalele schimbări de pe piața românească și îndeosebi la creșterea puternică a proporției clienților Persoane Juridice în ansamblul pieței (în prezent, această categorie reprezintă 77% din totalul clienților).

Însă cota de piață a Dacia a crescut și în segmentul vânzărilor de flote, precum și în cel al vânzărilor către persoanele fizice, în acest ultim caz datorită bunei utilizări a programului de reînnoire a parcului auto din România.

Pertinența ofertei Dacia (atât în materie de produse, cât și de servicii asociate), a permis mărcii să obțină poziția de lider pe principalele segmente de piață.

[Sandero](#) , Logan berlină, [Logan MCV](#) , Lodgy, Dokker și [Duster](#) figurează, astfel, în postura de lider pe fiecare din segmentele lor respective de piață.

Încă și mai relevant, Logan berlină, Sandero și Duster ocupă, în această ordine, podiumul vânzărilor pe modele de pe piața românească.

Aceasta se explică, pe de o parte, prin noutatea produselor (Dacia dispune de cea mai tânără gamă de mașini din Europa), dar este în egală măsură rezultatul poziționării modelelor și, în general, al politicii de produs a mărcii, care urmărește să ofere clienților cel mai bun raport calitate/prestații/spațiu interior/preț de pe piață.

Logan berlină rămâne cel mai vândut model Dacia din România, cu peste 10 000 de unități, adică aproape 40% din totalul vânzărilor mărcii.

Sandero, cu versiunea Stepway, domină autoritar dinamicul segment B-hatch, cu 4 707 unități, și se situează pe locul al doilea în clasamentul celor mai bine vândute modele de pe piața autohtonă.

Duster, care a fost reînnoit în cursul ultimului trimestru din 2013, ocupă a treia poziție a podiumului, cu 4 647 vehicule vândute.

Record absolut pe piețele externe

Vânzările Dacia în afara României au înregistrat în 2013 un nou record, cu peste 404 000 de unități comercializate.

În condițiile unei piețe europene anemice, în regres cu 1,7% față de anul 2012, marca românească și-a continuat ofensiva comercială, livrările sale crescând cu 25,9%.

În total, peste 290 000 de vehicule Dacia au fost înmatriculate în 2013 pe piețele din Europa, ceea ce corespunde unei cote de piață de 2,11%.

De la lansarea mărcii pe piața europeană, în vara anului 2005, aproape 1,5 milioane de clienți au ales un model Dacia.

În clasamentul vânzărilor pe țări prima poziție rămâne în continuare ocupată de Franța, cu aproape 94 000 de unități și o cotă de piață de 4,3%. Dacia ocupă, de altfel, locul cinci pe piață, iar modelul Sandero se situează pe locul trei în topul vânzărilor din această țară către persoane fizice.

Germania ocupă a doua treaptă a clasamentului, cu peste 47 000 de unități și o cotă de piață de 1,5%.

Algeria, Turcia, Spania și Maroc au înregistrat, fiecare, vânzări de peste 30 000 de unități.

În Spania, care a cunoscut o creștere de 80% a vânzărilor Dacia, Sandero figurează pe primul loc în topul modelelor cele mai vândute către persoane fizice.

În Marea Britanie, unde livrările au început în 2013 cu o gamă limitată la două modele (Duster și Sandero), Dacia a reușit să comercializeze peste 17 000 de vehicule, ceea ce plasează Regatul Unit pe locul al optulea în clasamentul țărilor de destinație a mărcii.

Perspective 2014

Dacia își propune să-și consolideze rezultatele pe piața românească, bazându-se în acest scop pe gama sa tânără și completă, precum și pe calitatea serviciilor sale.

După reînnoirea ofertei sale de modele, Dacia va lansa, în 2014, un nou șantier de anvergură. Întreaga rețea comercială Dacia va fi, treptat, înnoită. Astfel, va fi introdusă o semnalistică și o

prezentare nouă, dar și noi standarde, noi servicii și noi prestații pentru clienții mărcii.

Primele show-room-uri care vor aborda noua imagine vor fi inaugurate în cursul primului trimestru din 2014.

Dacia își propune ca procesul de transformare a rețelei sale comerciale din România să fie încheiat în 2015.

* * *

ANEXE

Vânzări Dacia pe modele în România în 2013

Model

Unități

Noul Sandero (inclusiv Stepway)

4 707

Noul Logan berlină

10 101

Noul Logan MCV

1 152

Sandero 1

50

Logan 1

139

Logan MCV 1

27

Dokker

1 564

Lodgy

670

Duster

4 647

Logan VAN

38

Dokker VAN

1 795

Total

24 890

Top 10 piețe externe în 2013

Tara **Unitati**

1	Franta
93 803	
2	Germania
47 162	
3	Algeria
37 290	
4	Turcia
36 395	
5	Spania
32 288	
6	Maroc
30 388	
7	Italia
28 098	
8	Belgia
17 200	
9	Marea Britanie
17 146	
10	Polonia
12 208	