

# 8 MILHÕES DE CLIENTES DESDE 2004 - A HISTORIA DE SUCESSO DA DACIA CONTINUA

**8 MILLION  
DACIA VEHICLES  
SOLD SINCE 2004\***



\* THE YEAR DACIA LOGAN WENT ON SALE

- **8 milhões.** Um marco simbólico que reflete um feito incrível e um motivo de imenso orgulho.
- **Em 2023,** a Dacia vendeu o seu automóvel número 8 milhões.
- **Tendo passado de um fabricante nacional romeno, antes de 2004, a um grande nome da indústria automóvel conhecido em toda a Europa,** a marca sofreu uma metamorfose radical para se tornar uma história de sucesso absoluto.
- **Mas quais são os trunfos, os pontos fortes e o carácter distintivo que caracterizam a Dacia? Aqui estão algumas imagens que apresentam informações importantes ou surpreendentes sobre o percurso da Dacia nos últimos 18 anos.**

Sendo uma força disruptiva na indústria automóvel, a Dacia é uma marca diferente de todas as outras. Em 2004, introduziu uma nova ideia sobre o consumo, promovendo uma visão pragmática dos automóveis e concentrando-se constantemente no que é importante, oferecendo a melhor relação qualidade-preço. E funciona! As vendas estão em constante crescimento e o número de clientes satisfeitos já ultrapassou os 8 milhões. Então, o que é que torna a Dacia diferente? Veja estas imagens para o descobrir.

## DUAS VIDAS, SEIS LOGÓTIPOS



Sabia que? A Dacia nem sempre se chamou Dacia.

O fabricante romeno que viria a tornar-se a Dacia foi fundado, em 1968. Inicialmente era conhecido como UAP, que significa Uzina de Autoturisme Pitesti, ou fábrica de automóveis de Pitesti, em referência à cidade no rio Arges, no centro da Roménia, onde a fábrica estava sediada. A sede da empresa ainda hoje se situa nesta cidade.

O primeiro logótipo Dacia está repleto de referências locais e nacionais. A montanha ao fundo presta homenagem à Roménia e aos Cárpatos, em particular. No centro, a águia provém do brasão de armas do condado de Arges, na região da Muntenia, onde se encontra a sede da UAP.

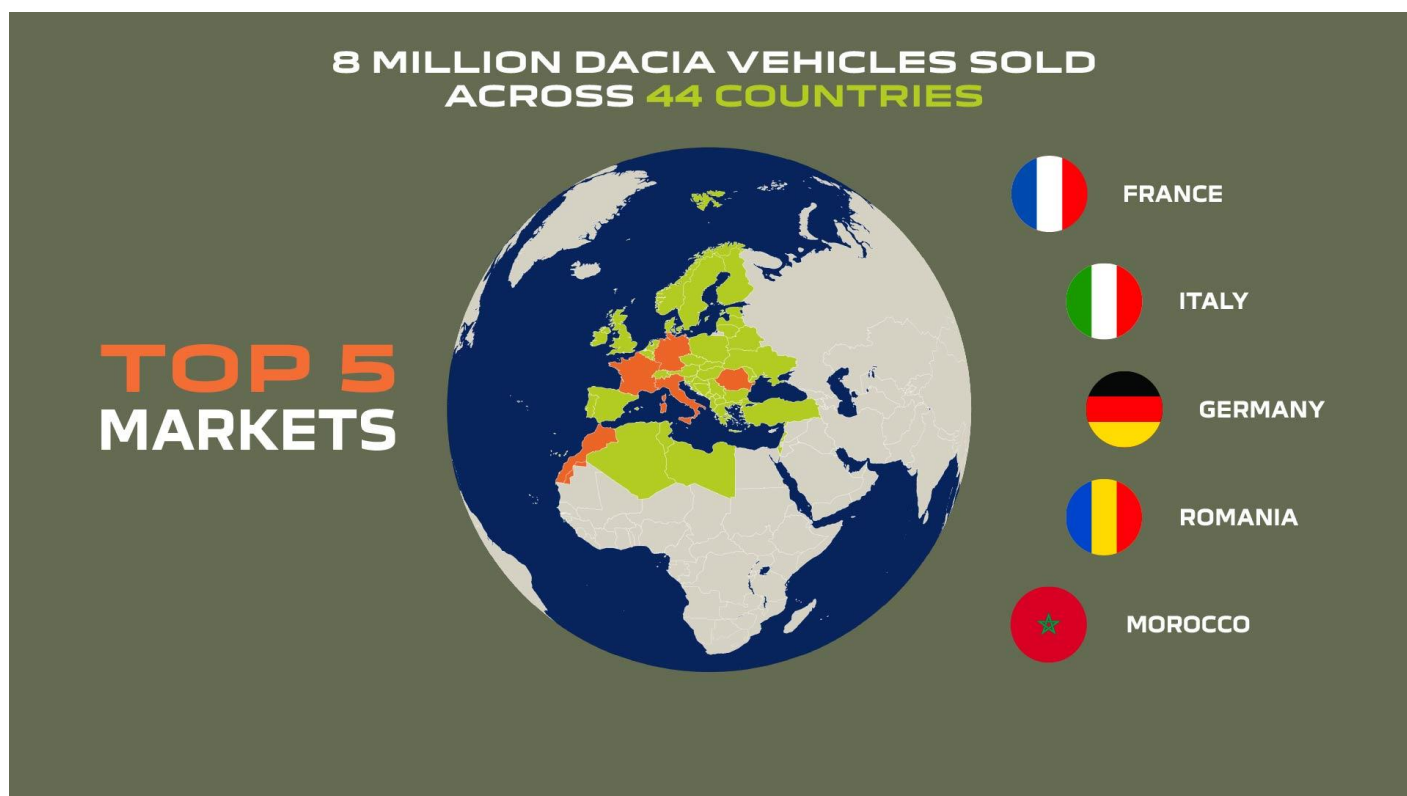
O atual nome Dacia apareceu, pela primeira vez, em 1980, num logótipo a preto e branco. É diretamente inspirado em "Dacii", o nome Romano para a Roménia.

O Grupo Renault adquiriu o construtor romeno em 1999. Em 2003, o azul foi acrescentado ao logótipo, que manteve a forma de um escudo. Apresentado na grelha frontal do Dacia Logan (comercializado pela primeira vez em 2004), foi o primeiro logótipo da marca a tornar-se reconhecível fora da Roménia e em toda a Europa.

A marca inaugurou um novo logótipo, para assinalar o lançamento do Sandero, em 2008. O fundo azul deu lugar a um cinzento-claro, enquanto uma parte da forma do escudo foi cortada ao meio.

Em 2021, foi desenvolvido um novo emblema denominado "Dacia Link" para simbolizar a confiança entre a Dacia e os seus clientes. É composto por um D e um C interligados ao meio. O logótipo de texto inclui as cinco letras do nome da marca apresentadas num tipo de letra minimalista para refletir a personalidade da marca – robusta e elementar.

## AUTOMÓVEIS VENDIDOS EM 44 PAÍSES



O primeiro Dacia Logan, lançado em 2004, devia, inicialmente, ser reservado ao mercado romeno e depois alargado aos mercados da Europa de Leste. No entanto, devido às fortes vendas, o modelo foi disponibilizado em muitos países do resto do continente. Esta foi a primeira pedra no caminho para o sucesso da marca.

Desde então, os modelos Dacia são comercializados em 44 países em todo o Mediterrâneo.

Embora a sua terra natal, a Roménia, figure entre os 5 principais países da marca, a França representa o seu principal mercado em termos de vendas, seguida de Itália.

A marca está a crescer cada vez mais. Pelo segundo ano consecutivo, a Dacia é a marca líder de vendas a particulares, na Europa. Lidera igualmente o mercado em Portugal e na Bélgica, e é terceira em França. Este desempenho reforça o posicionamento da marca e reflete a qualidade dos seus automóveis.

## UMA MARCA PROCURADA PELOS CLIENTES PARTICULARES

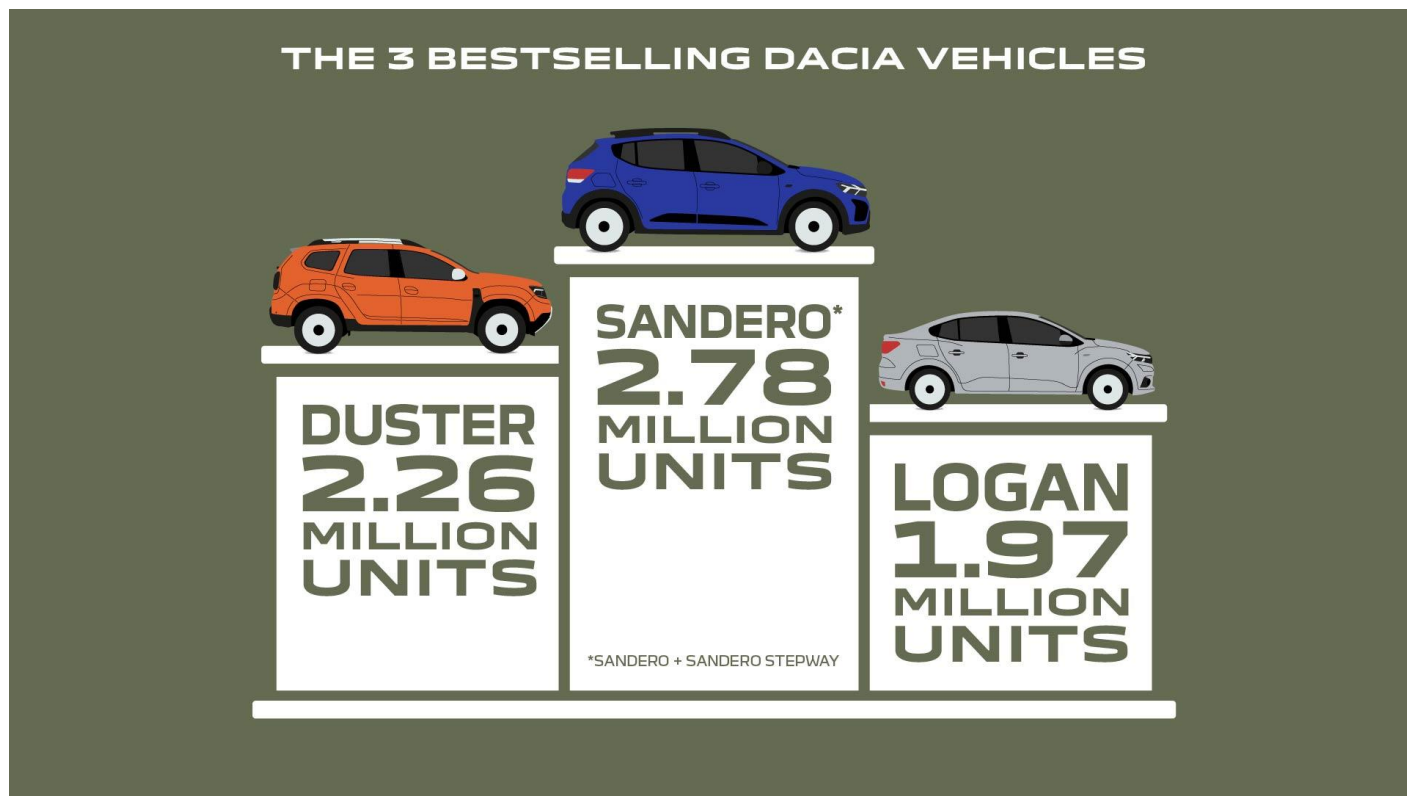


Atualmente, a gama Dacia está estruturada em torno de quatro pilares, cada um claramente definido e com um design atraente. Com uma relação qualidade-preço imbatível, a gama conquistou muitos fãs. A notoriedade da marca está a aumentar – toda a gente na Europa já ouviu falar da Dacia.

As vendas estão constantemente a aumentar. Em 2022, a Dacia atingiu uma quota recorde de 7,6% no mercado europeu de particulares (em comparação com os 6,2% em 2021). A marca goza agora de uma das mais elevadas taxas de conversão e fidelização do mercado.

Pelo sexto ano consecutivo (desde 2017), o Dacia Sandero foi o automóvel mais vendido no mercado europeu de particulares. O Duster ficou em segundo lugar em 2022 e é também o SUV mais vendido, a clientes particulares, desde 2018.

## UMA GAMA ATRAENTE E REPLETA DE ICÓNICOS BEST-SELLERS



A gama principal da Dacia inclui um automóvel elétrico urbano, o Dacia Spring totalmente elétrico (desde 2020), um hatchback compacto, o Dacia Sandero, e a sua versão mais aventureira, o Sandero Stepway (desde 2008), o SUV Dacia Duster (desde 2010), e um automóvel familiar de sete lugares, o Dacia Jogger (desde finais de 2021).

A berlina Logan (lançada em 2004) continua a ser vendida na Europa de Leste. Esta gama de modelos permitiu à Dacia atingir o marco simbólico dos 8 milhões de automóveis vendidos, em 2023. Repartidos por modelos, estes representam:

- 2,78 milhões de Sandero;
- 2,26 milhões de Duster;
- 1,97 milhões de Logan;
- 630 000 Dokker;
- 346 000 Lodgy;
- 93 000 Spring;
- 80 000 Jogger;
- 56 000 Pick-ups;
- 51 000 Solenza.

Estes números provam que os clientes aderiram à filosofia da marca, que nunca se afastou do pioneirismo, da criatividade e de uma relação qualidade-preço imbatível.

## DE UMA ÚNICA FÁBRICA NA ROMÉLIA, ANTES DE 2012, A DACIA OPERA AGORA TRÊS UNIDADES FABRIS.

A primeira fábrica da marca situa-se em Mioveni, na Roménia, e foi inaugurada em 1968. É composta por uma unidade de carroçaria/montagem e de subestruturas, uma unidade mecânica, bem como uma fundição e uma plataforma logística. Produz vários modelos, nomeadamente o Logan, o Sandero, o Sandero Stepway, o Jogger e o Duster.

A fábrica de Casablanca, em Marrocos, é totalmente detida pelo Grupo Renault desde março de 2019. Criada em 1959, opera uma unidade de carroçaria/montagem e produz o Logan, o Sandero e o Sandero Stepway.

A fábrica da Dacia, em Tânger, Marrocos, entrou em funcionamento em 2012. Opera uma unidade de carroçaria/montagem, uma plataforma logística, bem como uma unidade de subestruturas e sub-montagem. Esta instalação de vanguarda é neutra em termos de carbono e implementou a descarga zero de líquidos. Produz o Logan, o Sandero, o Sandero Stepway e o Lodgy.



Embora tenha sido o Logan que fez da Dacia um nome conhecido na Europa, um dos modelos mais vendidos de sempre da marca é o SUV Duster. Comercializado ao mesmo preço que um automóvel citadino, o Duster, cuja versão 4x4 possui uma capacidade todo-o-terreno líder de mercado, é um dos pilares da gama Dacia.

Este modelo icónico ganhou mais de 40 prémios, incluindo Carro do Ano na Roménia, Melhor SUV no Reino Unido, Melhor Carro Familiar na Alemanha e na Bélgica e muitos, muitos mais.

O Jogger, um automóvel familiar de sete lugares, é diferente de qualquer outro no mercado. Já foi reconhecido com 13 prémios, incluindo Carro do Ano em França, atribuído pela Argus.

## DACIA, A SHOCKINGLY AFFORDABLE RANGE

**YOU DON'T  
THINK  
WE'RE GOING  
TO SPEND  
SO LITTLE?**



**DUSTER**

A lawnmower option  
could've been a good  
idea, but in  
**DACIA  
SANDERO**  
we decided to include  
a rear-view camera



**BECAUSE IT'S  
ACTUALLY USEFUL.**

**DON'T WORRY,  
BE DUSTER**



If you want a **4x4**  
just to climb the social  
ladder, you can just  
go elsewhere.

**Some people  
would pay  
anything  
for a seat.**

Not you.



**LODGY**

A Dacia não só revolucionou o mercado automóvel com os seus modelos comercializados a preços acessíveis, como também deu uma reviravolta na publicidade automóvel, criando slogans peculiares e divertidos. Alguns slogans, em particular, chamaram a atenção do público:

- O slogan da Dacia: "Dacia, escandalosamente acessível".
- O anúncio do 1º Duster em França "On va quand même pas dépenser si peu..." (*não podemos gastar tão pouco...*).
- O anúncio do Duster "Don't worry, be Duster" (*não se preocupe, seja Duster*), e "Si vous voulez un 4x4 juste pour grimper dans l'échelle sociale, vous pouvez juste aller voir ailleurs" (*se procura um 4x4 para aumentar o seu estatuto social, deve procurar noutro lado*).
- O anúncio do Dacia Sandero "A opção de um cortador de relva poderia ser uma boa ideia, poderia ser... Mas no novo Dacia Sandero, decidimos incluir uma câmara de visão traseira. Porque, de facto, é útil".
- O anúncio do Dacia Lodgy: "Algumas pessoas pagariam qualquer coisa por um lugar. Tu não".



## INNOVATIVE DACIA VEHICLES

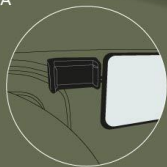
### MODULAR ROOF RAILS

ON JOGGER, DUSTER  
AND SANDERO STEPWAY



### REMOVABLE PHONE HOLDER

NEXT TO THE MULTIMEDIA  
SCREEN



### NEW DACIA LINK EMBLEM

MORE ECO-FRIENDLY  
AND DURABLE PAINT

### MASS- COLOURED SKID PLATES



Provavelmente, a Dacia não teria tido tanto êxito se não fosse a sua engenhosidade. A marca sempre soube conjugar a simplicidade com a inovação. Os automóveis Dacia evitam, delicadamente, os pormenores fúteis e as engenhocas desnecessárias. A marca é inteligente, e os seus clientes também!

Um dos melhores exemplos disso são as placas de proteção dianteiras e traseiras do Sandero, coloridas ainda em massa. Estes componentes foram o resultado de um processo de design complexo. Era importante que não houvesse irregularidades ou defeitos na cor, razão pela qual o material utilizado para fazer a peça já é colorido antes de ser injetado no molde. Este facto torna as placas antiderrapantes mais duradouras e significa que os inevitáveis choques e riscos são praticamente invisíveis.

Instaladas no Jogger e no Duster, as barras de tejadilho modulares podem ser transformadas com apenas algumas voltas de uma chave. Para ajudar os condutores a transportar qualquer carga, mesmo a mais imprevista, as barras de tejadilho podem transformar-se, passando do sentido longitudinal para transversal, e são capazes de suportar até 80 kg (bicicletas, esquis, caixas de tejadilho, etc.).

O suporte fixo para smartphone no painel de instrumentos, acionado através do Media Control, e o suporte amovível para telemóvel junto ao ecrã multimédia, através do Media Display/Media NAV, tornam as preocupações quotidianas com a conectividade uma coisa do passado.

Estes designs inovadores e patenteados são a síntese do espírito Dacia – inteligente, prático, simples e económico.

#### PROFILE OF DACIA CUSTOMERS

##### JOGGER THE MODEL WITH THE YOUNGEST CUSTOMERS

**55%**  
ARE LESS THAN  
54 YEARS OLD

**47%**  
HAVE AT LEAST  
1 CHILD



#### PROFILE OF DACIA CUSTOMERS

**66%**  
ARE MEN

**50%**  
ARE 55 TO 74  
YEARS OLD

**>50%**  
NO LONGER HAVE  
CHILDREN AT HOME

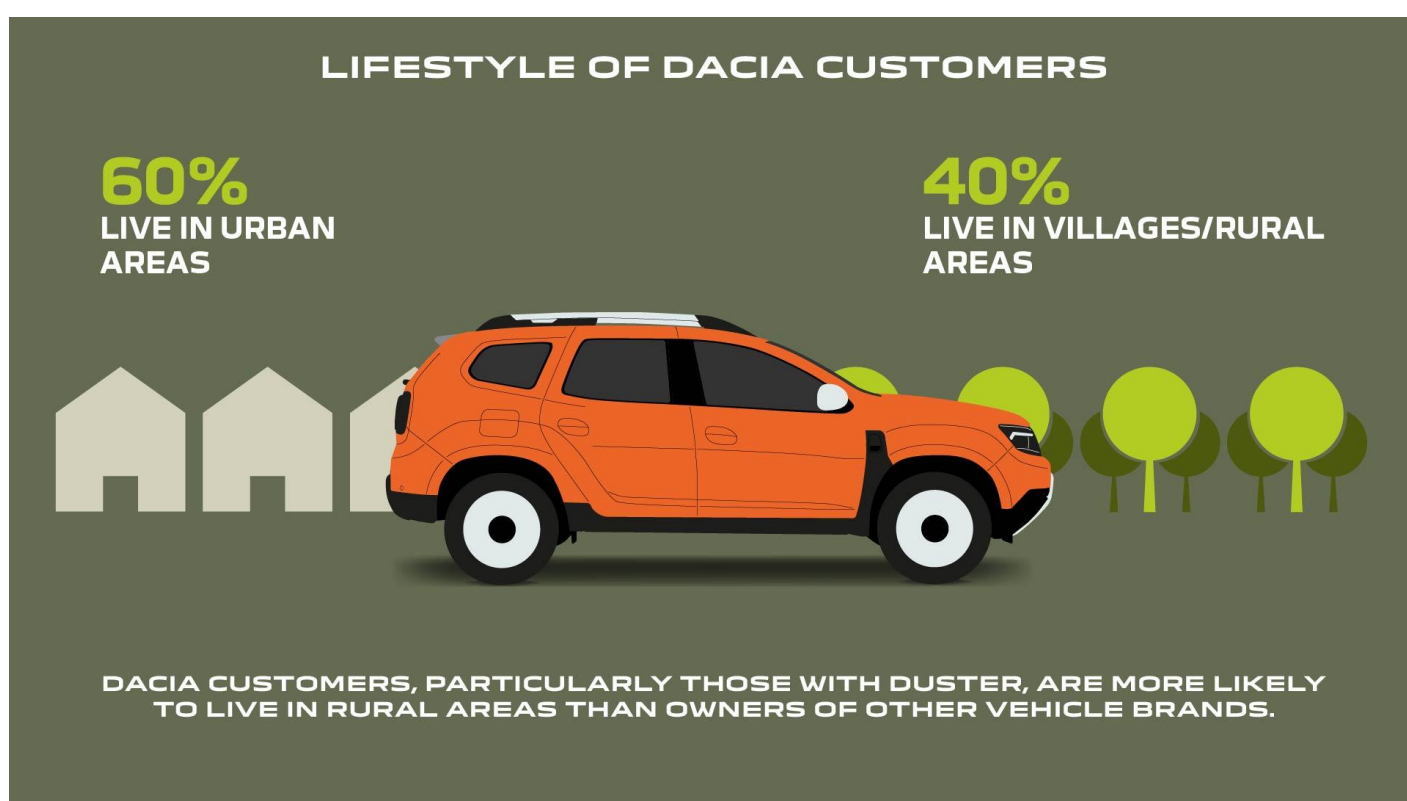




A Dacia está empenhada em satisfazer as necessidades mais simples dos seus clientes. Para o fazer, precisa de saber quem eles são. Eis alguns pormenores sobre os clientes da marca:

- 66% são homens
- 50% têm idades compreendidas entre os 55 e os 74 anos. O Jogger atrai a base de clientes mais jovem, com 55% dos compradores com 54 anos ou menos
- Mais de 50% já não têm crianças a viver em casa. O Jogger destaca-se do resto da gama, com 47% dos clientes com pelo menos um filho
- 40% dos clientes vivem no campo. As pessoas que compram o Dacia Spring são as mais rurais (50%)
- Conduzem, em média, cerca de 12 000 km por ano, tanto em meio urbano como rural

No mercado automóvel, as expectativas e os hábitos dos clientes estão a mudar. A Dacia é uma marca moderna que ouve os seus clientes e aborda as preocupações relacionadas com o futuro da mobilidade.



Apesar dos desafios ambientais que a sociedade enfrenta atualmente, a Dacia é o único construtor a equipar todos os automóveis da sua gama de venda a retalho com motores flex-fuel e a comercializar um automóvel elétrico acessível, o Dacia Spring. Tendo inquietado a indústria automóvel nos últimos 18 anos, a marca está sempre à procura da próxima revolução.

## **SOBRE A DACIA**

Nascida em 1968 e lançada em toda a Europa e região mediterrânica em 2004, a Dacia sempre ofereceu automóveis com a melhor relação qualidade/preço, redefinindo constantemente o que é essencial. Uma marca disruptiva, a Dacia desenha automóveis simples, versáteis, fiáveis, e que se adaptam aos estilos de vida dos seus clientes. Os modelos da Dacia tornaram-se referências de mercado: Logan, um automóvel novo a preços de segunda mão; Sandero, o automóvel privado mais vendido na Europa desde 2017; Duster, o SUV mais vendido a clientes de retalho na Europa desde 2018; Spring, o campeão europeu da mobilidade eléctrica acessível; Jogger, o versátil automóvel familiar do segmento C. Presente em 44 países, a Dacia já vendeu mais de 8 milhões de automóveis desde 2004.