

Dacia Duster zdobyła tytuł Dobry Produkt 2010 przyznany na podstawie Ogólnopolskiego Badania Postaw i Preferencji Konsumentów zorganizowanego przez redakcję Forum Biznesu w Dzienniku Gazecie Prawnej. Auto zwyciężyło w kategorii Samochody Osobowe – Segment C.

Ogólnopolskie Badanie Postaw i Preferencji Konsumentów 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 niewielkie. Od kwietnia (miesiąc wprowadzenia do sprzedaży) do listopada br. w Polsce sprzedano już 1510 egzemplarzy Dacii Duster.

Renault Polska