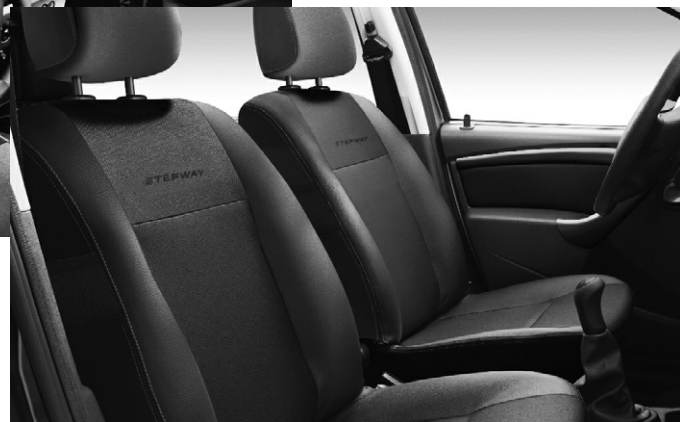




Grupul Dacia a lansat versiunea pe biotanol a Sandero Stepway, prezentată, inițial, la Salonul auto de la Geneva. Modelul are o versiune de motorizare de 105 CP 1,6 16 V pe bioetanol, consumul mediu fiind de 9,5 litri, relatează publicația franceză Actu-Automobile. Sandero Stepway II va fi produs doar pentru Franța și Germania, iar prețurile vor începe la 10.990 de euro, respectiv 10.590 de euro.

Modelul are garda la sol ridicată, țeava de eșapament cromată, jenți de 16 inch, aer condiționat, radio CD cu mp3 player, USB, Bluetooth și

comenzi pe volan. Odată cu retragerea bonusului de mediu pentru mașinile cu motorizare GPL, Dacia a pierdut o parte din clienții acestui segment, însă noul Sandero Stepway pe bioetanol își propune să-i readucă în portofoliu pe șoferii interesați de protecția mediului. Bioetanolul este un combustibil de origine biologică, obținut după fermentarea unor plante precum sfecla, trestia de zahăr, grâul sau porumbul, iar în Franța și Germania costă sub 1 euro/litru. Noul model Stepway are un motor 1,6 16 V de 105 CP, cu un consum mixt de 9,5 litri la 100 de kilometri, cu 2,6 litri mai mult decât modelul pe benzină. Viteza maximă este de 171 km/h, iar mașina poate ajunge de la 0 la 100 de km/h în 11,8 secunde.



Proiectul de rebranding al Grupului Țiriac, dezvoltat împreună cu agenția BrandTailors, a fost nominalizat la Transform Awards 2012, obținând totodată premiul Gold la categoria Best rebrand by region: Eastern Europe și premiul Bronze la categoria Best Brand Consolidation. Transform Awards este cea mai importantă competiție europeană de branding, re poziționare și transformare de brand, în cadrul căreia sunt recunoscute cele mai bune practici în materie de management de brand-uri corporate, de produs, regionale și naționale, prin intermediul unor categorii care se concentrează pe strategie, execuție, conținut și evaluare. Noul logo al brandului Țiriac este reprezentat printr-un blazon, ce respectă toate standardele aferente unui simbol de acest tip, fiind atestat de Comisia Națională pentru Heraldică a României. Blazonul Țiriac reunește simbolic cele patru valori ale Grupului: Rezistență, Viziune, Stabilitate și Integritate. Procesul de rebranding al Grupului Țiriac s-a implementat pe parcursul anului 2011, în toate companiile și pe toate liniile de business Țiriac Holdings – Țiriac Auto, Țiriac Imobiliare, Țiriac Leasing, Premium Leasing, Țiriac Brokers și Țiriac Air. "Nominalizarea proiectului de rebranding al Grupului Țiriac la Transform Awards 2012 confirmă că am făcut

cea mai potrivită alegere privind noua imagine de marcă a Țiriac Holdings. Mă bucură faptul că, odată cu finalizarea proiectului, juriul acestei importante competiții europene a apreciat inițiativa noastră și implicit rezultatul. Intenționăm să ne reinventăm constant, iar prin această nouă abordare de piață dorim să transmitem clienților viziunea și misiunea noastră – de a oferi excelență în servicii", a declarat dl. Ion Alexandru Țiriac. La ora ac-

tuală, Țiriac Auto deține cel mai vast portofoliu de mărci auto din România, reprezentând șapte dintre cele mai renumite mărci auto existente pe piață: Mercedes-Benz, Jaguar, Land Rover, Range Rover, Mitsubishi, Ford și Hyundai. Rețeaua de distribuție și service auto Țiriac Auto numără 65 de reprezentanțe mono-brand sau multi-brand, asigurând accesibilitate și servicii de calitate în oricare colț al țării.

